

المصحافة الإلكترونية

الرقمية



الدكتور

ماهر عودة الشمايلة

الدكتور

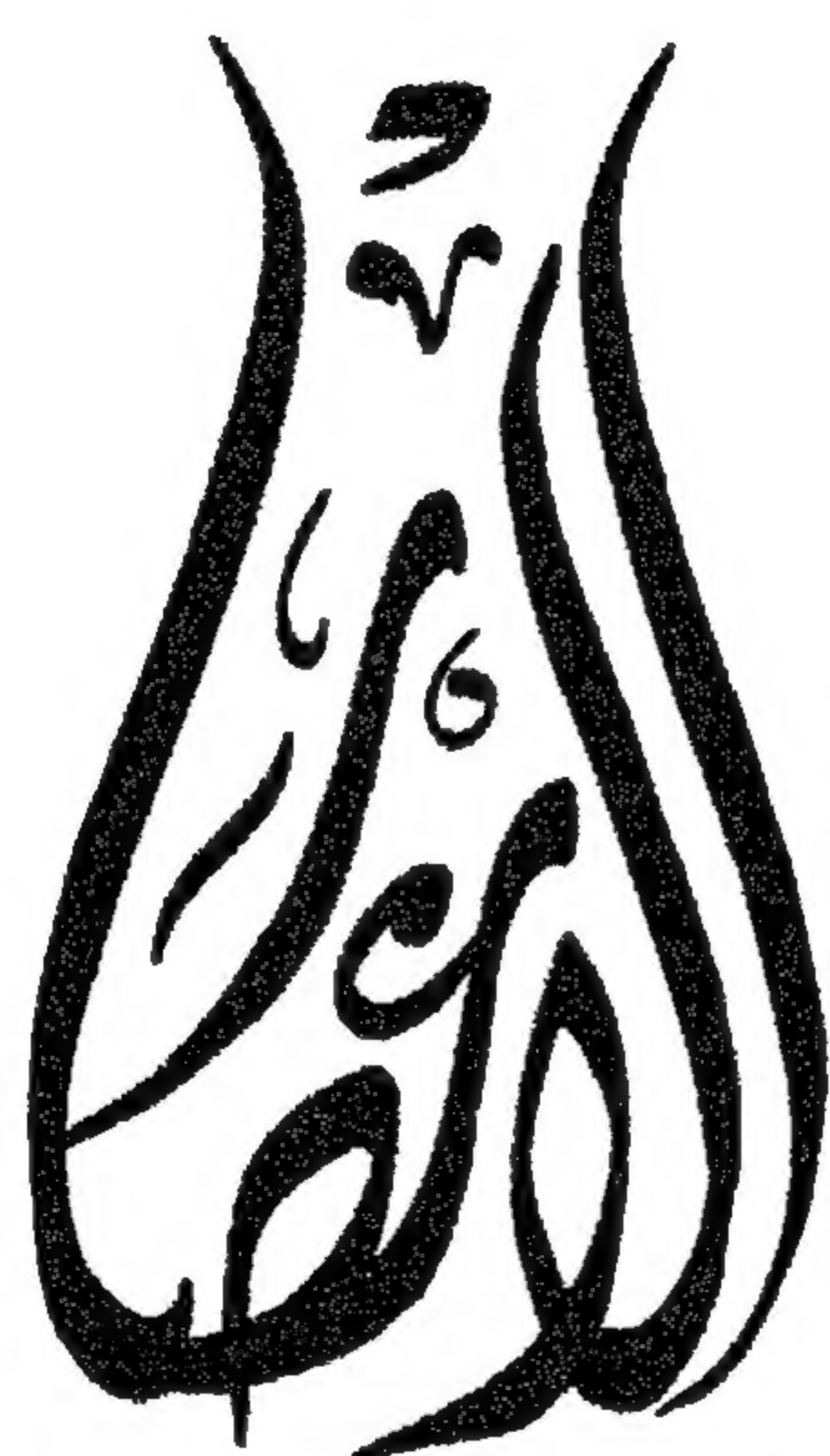
مصطفى يوسف كافي

الدكتور

محمود عزت اللحام



للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع

الصحافة الإلكترونية (الرقمية)

الصحافة الإلكترونية (الرقمية)

تأليف

الدكتور

ماهر عودة الشمايلة

الدكتور

مصطفى يوسف كافي

الدكتور

محمود عزت اللحام

الطبعة الأولى

2015م - 1436هـ



رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2014/1/254)

070.40285

الشميلة، ماهر عودة

الصحافة الإلكترونية الرقمية / مصطفى يوسف كاي، محمود عزت
اللحام، ماهر عودة الشميلة - عمان: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع،
2014

() ص

ر.ا.: 2014/1/254

الواصفات: / الصحافة / الإنترنت /

- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

جميع حقوق الطبع محفوظة

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر

عمان - الأردن

All rights reserved. No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means without prior permission in writing of the publisher .

الطبعة العربية الأولى

2015م - 1436هـ

دار الإعمار العلمي
للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - وسط البلد - شارع الملك حسين

مجمع الفحيح التجاري

هاتف: +96264646208 فاكس: +96264646470

الأردن - عمان - مرج الحمام - شارع الكنيسة - مقابل كلية القدس

هاتف: +96265713906 فاكس: +96265713907

جوال: 797950880 - 00962

www.al-esar.com - info@al-esar.com

(ردمك) ISBN 978-9957-524-77-7

المحتويات

الموضوع	الصفحة
مقدمة.....	9
الفصل الأول	
الصحافة والإترنت	
أولاً: نشوء وتطور شبكة الانترنت.....	13
ثانياً: الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت.....	20
ثالثاً: نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت.....	32
رابعاً: السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت.....	37
خامساً: سمات الصحافة في عصر المعلومات.....	41
سادساً: الصحافة والإترنت.....	47
سابعاً: التعامل الصحفي العربي مع الانترنت.....	51
ثامناً: مراحل تطور الصحافة الالكترونية العربية.....	53
الفصل الثاني	
مفهوم الصحافة الإلكترونية ونشأتها	
1. مفهوم الصحافة الإلكترونية.....	67
2. نشأة الصحافة الإلكترونية.....	73
3. مراحل تطور الصحافة الإلكترونية.....	80
4. واقع الصحافة الإلكترونية في الأردن.....	81
5. أنواع الصحف الإلكترونية.....	83
6. بداية الصحافة الإلكترونية بدون الورقية.....	86
7. الصراع بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية.....	87
8. ظهور المواقع الإخبارية الإلكترونية.....	88
9. مراحل تطور بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت.....	88
10. فئات الصحافة الإلكترونية.....	89
11. الصحفيون والتطورات التكنولوجية الراهنة.....	90

91	12. مظاهر الصحافة الإلكترونية.....
94	13. خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية.....
100	14. عيوب الصحافة الإلكترونية.....
101	15. أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني.....
103	16. الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية.....
104	17. التطورات التي أوجدها ظهور الصحف الإلكترونية.....
107	18. طبيعة العمل الصحفي.....
	19. التحديات والتنافس بين الصحافة المطبوعة والمواقع الصحفية
108	الإلكترونية.....
111	20. جمهور الصحافة الإلكترونية.....

الفصل الثالث

خدمات الصحافة الإلكترونية

116	أولاً: خدمات التواصل.....
117	ثانياً: خدمات البث والنشر.....
119	ثالثاً: خدمات البحث وتحميل الملفات.....
120	رابعاً: خدمات المساعدة والتوجيه.....
121	خامساً: خدمات أخرى.....

الفصل الرابع

تحرير الصحف الإلكترونية

129	أولاً: مفهوم التحرير الصحفي.....
130	ثانياً: أهداف التحرير الصحفي.....
131	ثالثاً: عمليات التحرير الصحفي.....
	رابعاً: تحرير الصحف الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال.. الاتجاهات
132	والعلاقات المتبادلة.....
132	خامساً: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....

الموضوع	الصفحة
سادساً: وظائف تكنولوجيا الاتصال في التحرير الصحفي الإلكتروني..	135
سابعاً: مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي.....	136
ثامناً: استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت.....	137
تاسعاً: تحرير الصحف الإلكترونية.....	140
عاشراً: مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية.....	142
أحد عشر: قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية.....	144
الثاني عشر: الاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية.....	145
الثالث عشر: الكتابة للصحف الإلكترونية.....	149
الرابع عشر: التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت....	151
الخامس عشر: مبادئ التحرير الصحفي الإلكتروني.....	152
السادس عشر: أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية.....	153
السابع عشر: نماذج عملية الربط بساحات الحوار.....	156
الثامن عشر: مهارات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت.....	161
التاسع عشر: ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني.....	163
العشرون: الفنون التحريرية وقوالب التحرير الصحفي الإلكتروني....	164
الفصل الخامس	
إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية	
أولاً: الإخراج الصحفي في الصحيفة المطبوعة.....	184
ثانياً: التصميم الإلكتروني.....	185
ثالثاً: تعريف تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية.....	186
رابعاً: عناصر تصميم الصحف الإلكترونية.....	187

192خامساً: مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية.....
199سادساً: اعتبارات يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية....
201سابعاً: مدارس تصميم الصحف الإلكترونية.....
204ثامناً: يسر الاستخدام.....
205تاسعاً: تصميم صفحة البداية.....
207عاشرًا: نماذج تصميم صفحة البداية للصحيفة الإلكترونية.....

الفصل السادس

تحديات تواجه الصحافة الإلكترونية وسبل النهوض بها

213أولاً: معوقات وتحديات.....
215ثانياً: سبل النهوض بالصحافة الإلكترونية.....
217المراجع باللغة العربية والأجنبية.....

المقدمة

شهدت المجتمعات المعاصرة خلال العقود الماضية ثورة من المعرفة والمعلومات، ولقد تعاظم هذا الدور خلال السنوات القليلة الماضية بدرجة يمكن معها القول أن تراكم هذه السنوات من علوم ومعرفة يفوق ما حققتها البشرية عبر آلاف السنين.

فلقد شهد المجتمع المعاصر في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية، خاصة في مجال الاتصال والإعلام حيث احتلت الحاسبات الآلية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات الحديثة (الانترنت) دورا هاما في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الاتصال بين المجتمعات بشكل مباشر.

إن العالم اليوم أصبح في ظل هذه التطورات (قرية صغيرة) فما يحدث في أي مجتمع ينقل بالصوت والصورة إلى باقي المجتمعات لحظة حدوثه.

وتزايدت أهمية الإنترنت كوسيلة لاكتساب المعلومات في أغلب المجتمعات، خاصة التي يشيع فيها تقييد حرية التعبير وتبادل المعلومات، ولعل العالم العربي في مقدمة هذه المجتمعات.

التطور التكنولوجي وانتشار الانترنت جعل العاملين في مجال الصحافة يبحثون بكافة السبل والوسائل عن طريقة ما تمكنهم من تطويرها، ومن نشر ما يريدون بكامل الحرية وبدون حواجز زمانية أو مكانية، خاصة في ظل منافسة وسائل الإعلام الأخرى لها، فكانت شبكة الانترنت الثورة التكنولوجية الهائلة والتي أعطت للإنسان ما لم يكن يحلم به في عالم الاتصالات، فلا يقف في طريقها زمان ولا مكان ولا أي عائق أمني. وهذا ما أعطى فرصة لظهور الصحافة الالكترونية، التي فرضت نفسها على العالم كنتيجة حتمية لكل التطورات الأخرى.

وقد استفادت الصحف والمطبوعات الورقية الدورية من التقدم التكنولوجي الذي وفرته شبكة الانترنت، لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، من خلال طرق التوزيع بواسطة الشبكة وبمشاركة جهاز الحاسوب، وهذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية والانتشار الواسع.

تمكنت تكنولوجيا الاتصال التي غزت العالم وأحدثت ثورة تكنولوجية بارزة في الآونة الأخيرة أن تحدث أثراً واضحاً على الأداء الصحفي والإعلامي لوسائل الإعلام المختلفة مما أدى إلى تحسينها وتطور أدائها الفني والمهني، سيما أن التطور والتغير أصبح سمة من سمات عالمنا المعاصر.

وكان للصحافة نصيب كبير من التطور التقني شأنها شأن باقي وسائل الإعلام، فامتزجت مع التكنولوجيا وظهر شكل جديد لها وهو "الصحافة الالكترونية"، التي غزت العالم منذ التسعينيات ومن المتوقع أن تكون بديلاً عن الصحافة الورقية.

وقد ساعدت حرية الانترنت على نشوء الصحافة الالكترونية وتخطت الحدود والمساحة والوقت وزادت من التفاعلية، ولا تزال تسعى لعمل مستقبل لها ولاستمراريتها عبر الاستفادة من التقنيات المتاحة والتي تفرزها الثورة التكنولوجية القائمة.

وقد بدأت الكثير من الصحف العالمية الاستفادة من الشبكة العالمية (الانترنت)، لتخرج الصحافة الالكترونية وتضيف للصحافة مزيداً من المميزات والخصائص التي جعلتها تفوق وسائل الإعلام الأخرى وهناك من يتوقع موت الصحافة الورقية بسببها.

والله نسأل العون والتوفيق

المؤلف

« الفصل الأول »



الصحافة والإلكترونت

الفصل الأول الصحافة والإنترنت

أولاً: نشوء وتطور شبكة الانترنت⁽¹⁾ :

(أ) مفهوم شبكة الانترنت:

يعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة، أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجاتهم.

ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تنامياً في مجال الاتصال، ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو المضطرد، فقد أهتم الباحثين والمختصين في مجال الاتصال الجماهيري الاهتمام بدراسة الإنترنت، ويرى البعض "حقق الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية، وذلك من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)"⁽²⁾. كما يرى الشهري أن الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال⁽³⁾.

ولقد أدت الانعكاسات الإيجابية لشبكة الإنترنت إلى زيادة مستخدميها بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة إعلامية أخرى خلال الفترة نفسها، ويقول

(1) فارس حسن شكر المهداوي صحافة الانترنت دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية العربية، نت نموّجا"، رسالة ماجستير 2007.

(2) صابر فالحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق: دار علاء الدين * 1999 ص 8

(3) فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دبي، دار الحكمة، 2003 ص 21

الدكتور لقاء مكي "لقد أحتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة، واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"⁽¹⁾، ويشير التقرير الذي أصدرته هيئة الأمم المتحدة حول (ازدهار استخدام الانترنت في جميع العالم)، أنه رغم التراجع الاقتصادي العالمي، والأزمة التي تشهدها صناعة تكنولوجيا المعلومات، إل أن نسبة الزيادة السنوية في عدد مستخدمي الشبكة بلغت نهاية عام 2002 - 30%⁽²⁾، كما تشير إحدى الدراسات المتخصصة بالإنترنت إلى أن عدد مستخدمي الشبكة في العالم ارتفع في عام 2005 إلى أكثر من مليار شخص⁽³⁾.

وفي الوطن العربي "بلغ عدد مستخدمي الشبكة حتى نهاية عام 2003 ما يقارب الـ 13 مليون مستخدم وهو ما يمثل ما نسبته 0.7% من إجمالي عدد السكان البالغ 280 مليون نسمة"⁽⁴⁾. ومع استمرار تزايد استخدام الإنترنت في الوطن العربي "بما يفوق إمكانات البنى التحتية لشبكات الاتصالات، فقد حذرت دراسة متخصصة من احتمال تعرض البنى التحتية لشبكات الاتصالات في الدول العربية لأزمة شديدة خلال العامين المقبلين ستفضي إلى حدوث اختناقات على الشبكة قد يترتب عليها إعاقة انتشار الخدمة في الكثير من الدول العربية"⁽⁵⁾.

(ب) نشوء وتطور شبكة الإنترنت؛

ظهرت شبكة الإنترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين، ونظرا لحداثتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة، والمتلاحقة، فقد اختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقي، وقد اقتصرت أغلب التعريفات والمفاهيم التي أوردها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى

(1) صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال 22 نوفمبر 2005 ص 3

(2) www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870

(3) www.infosys-sy.com/intrrnet1.htm

(4) www.al-jazirah.com.sa/evillage/16102002/th647.htm

(5) www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=3154

أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي الشبكة، إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم دراسته.

بناء على ذلك يمكن القول أن تعريف الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لها والخدمات التي تقدم من خلال هذه الشبكة والتقنيات المستخدمة لتأمين هذه الخدمات، ويذكر الدناني "إن تشعب الإنترنت واتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها، ويرى ريتشارد ج. سميث ومارك جيتس أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها، حيث يرى المستخدم العادي الإنترنت بشكل مختلف عن ما يراه المهني أو المهندس"⁽¹⁾. ويقول تيم بيرنيز وهو مؤسس الإنترنت في مقال نشره عام 1993 (إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل، فباكتشاف الإنترنت تجد أسلاكاً وكمبيوترات، أما باستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات"⁽²⁾.

ومسمى الإنترنت Internet مشتق من مسمى شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها في اللغة الانكليزية International Net Work، كما "يطلق على الإنترنت عدة تسميات منها The Net أو الشبكة العالمية World Net أو الشبكة العنكبوتية The Web، أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات Electronic Super High Way"⁽³⁾.

والإنترنت "شبكة كومبيوتر عالمية تربط ملايين من أجهزة الكومبيوتر في العالم"⁽⁴⁾، ويتكون الإنترنت من شبكات أصغر تمكن أي شخص متصل بها من التجول في رحابها الواسعة والمفتوحة بلا حدود حيث يتم فيها ربط مجموعة شبكات بعضها مع بعض في جميع دول العالم عن طريق جميع وسائل الاتصال المعروفة.

(1) عبد الملك ريمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر 2003 ص 111

(2) سعود صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق، جدة 2003 ص 53

مصدر سابق ص 687033 www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=687033 (3)

(4) NUA, Internet How Many Online

وفي ظل التطورات الاتصالية الهائلة التي يعيشها العالم أصبحت شبكة الانترنت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجية عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية، تربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة استيعابية واسعة حتى باتت جزءاً مهماً من حياة الأفراد والمؤسسات.

واستطاع الانترنت خلال بضعة عقود من الزمن أن تساهم في تغيير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة وخاصة على وسائل الإعلام التقليدية ومناهج دراستها وطرق تحليلها مما استدعى دراسة موضوع "الاتصال والانترنت" من خلال تأثيراته الإنسانية والاجتماعية باعتبارها أهم من الوسيلة ذاتها. "وبعودة الى مقولة مارشال ماكلوهان الاتصالية الشهيرة (The Medium is The Message) التي جوهرها نظرية اتصالية تتمحور حول مفهوم ان المجتمع يتشكل ثقافياً بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها أكثر مما يتشكل بفعل مضمون وسيلة الاتصال ذاتها"⁽¹⁾. والانترنت الذي بدأ أولاً كمشروع حكومي في الولايات المتحدة بحدود عام 1960 حيث طلبت الحكومة الأميركية من مؤسسة Rand Corporation بإنشاء نظام اتصال متطور لتبادل المعلومات والاتصال يربط القواعد العسكرية الأميركية في العالم بعضها ببعض لتحقيق أكبر قدر من السهولة في العمل ويمنح هذه الشبكات قوة الوجود في أحلك الظروف، وهو في الحقيقة ترجمة لأمر الرئيس الأميركي دويت أيزنهاور بضرورة بناء قاعدة بيانات وتأمين القدرة على عدم إتلافها إذا ما قامت حرب نووية، وكان أول استعمال لها عام 1972، ثم ما لبث ان انتقل للاستعمال الى مصالح أخرى، وفي عام 1983 تم السماح لدول صديقة للولايات المتحدة مثل النرويج وبريطانيا للاستفادة من خدمات الشبكة ثم أصبح الشبكة الوحيدة التي تستطيع ربط المستخدمين الى عدد غير محدود من مصادر المعلومات والاتصالات وبتكلفة مالية رخيصة وعملية.

(1) الشمعة، خلدون، تشرين الثاني، 1978: الماكلوهانية، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الإنماء العربي، بيروت)، السنة الأولى، العدد السادس،

وكل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تمهد السبل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا الى البيئة الالكترونية (الانترنت) للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في أوعية أخرى تقليدية ورقية كانت أم تقليدية. "وهو ما جعل الانترنت وسيلة وأداة ضرورية في الاتصالات بكافة أشكالها في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الأمر بالكم الهائل من المعلومات أم التثقيف أو التسلية والإمتاع مكنها من ذلك أيضا قدرتها على الجمع بين إمكانات التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد"⁽¹⁾.

وكنتيجة منطقية لهذا التحول اعتبر منتجو تكنولوجيا الاتصالات الحديثة العالم اجمع سوقاً طبيعياً لهم وهو "ما أفضى بدوره الى سيل هائل في إنتاج الأدوات التكنولوجية اللازمة مما أدى الى هبوط في أسعار وسائل التقنية المتعلقة بالانترنت خلال أعوام قليلة، كما أصبح المجال مفتوحاً أمام الجميع، دول ومؤسسات وأفراد ليتواجدوا على الانترنت لتحقيق أهدافهم بأقل التكاليف السنوية الممكنة لا تتجاوز بضعة دولارات في العام الواحد. وحقق هذا التواجد على الشبكة الدولية نفس الغرض المعلوماتي الذي تنتجه وسائل إعلامية أخرى تكون في الغالب عالية التكلفة المالية"⁽²⁾.

ويمكن القول الآن بأن الانترنت يقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى، إذ أن البعد الاتصالي للانترنت يتوفر على خصائص متقدمة واستثنائية في اختلافها وتميزها عن بقية وسائل الاتصال لعل من أبرزها: تخطي الحواجز الزمنية والمكانية، وفتح الباب المعلوماتي والاتصالي أمام الجميع. وهذه الخصائص ساهمت في ترسيخ مقولة "أن العالم تحول الى قرية إلكترونية صغيرة"

(1) العبد الله. مي. 2005، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة نموذج جريدة النهار مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة

(2) السيد محمود، محمد، 2005 صيانة المحتوى المعلوماتي. تجربة موقع الجزيرة نت. جامعة الشارقة كلية الاتصال. الإمارات العربية المتحدة

يستطيع قاطنوها ان يقوم بأي عمل من الأعمال في أي مكان في العالم وهو ثابت مستقر في مكانه عبر استخدامات الانترنت المتعددة.

وبجدر الإشارة إلى أن شبكة الانترنت مقارنة بوسائل اتصالية أخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى إلى أكبر عدد من المشتركين، فقد ويجدر الإشارة إلى أن شبكة الانترنت مقارنة بوسائل اتصالية أخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى إلى أكبر عدد من المشتركين، فقد "احتاج على سبيل المثال المذياع إلى 83 سنة حتى أصبح لديه 50 مليون مشترك، بينما احتاج التلفاز إلى 51 سنة لنفس العدد، في حين أن شبكة الانترنت لم تحتاج سوى بضعة سنوات لتجمع العالم كله اشتراكاً في خدماتها"⁽¹⁾. وهي أرقام قد تختلف مع ما ذكر في الصفحة 27 من هذه الدراسة إلا أنها تبين عدد السنون التي تطلبتها كل وسيلة للوصول إلى جمهورها.

وإذا كانت فكرة هذه النظرية الاتصالية قد انطلقت من التلفزيون فإنها اليوم أكثر انطباقاً على الانترنت بوصفها وسيلة الاتصال الأكثر تأثيراً في الأفراد والمجتمع والأفكار والممارسات عبر ما تحمله من خصائص ومميزات وما تحتويه من مضمون ثقافي ومعرفي بجميع التخصصات والاتجاهات. "ولاشك ان المحتوى الرقمي Online Digital لثقافة الانترنت جعلها جزءاً مهماً وأساسياً من الثقافة المعلوماتية أو الالكترونية العامة، بل يمكن القول إن ثقافة الانترنت أصبحت المكون الأساس والأكبر لثقافة الكمبيوتر والمعلوماتية والاتصالات الالكترونية وذلك بسبب الاستخدام الإنساني الرسمي والشعبي المتزايد للانترنت منذ بداية استخدامها في تسعينات القرن الماضي وحتى اليوم"⁽²⁾.

(1) حسانة محي الدين 2001، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الإمكانيات، القوائد والتحديات. العربية 3000، العدد 3

(2) حنش، إدهام محمد، مايس 2005، مجلة الانترنت الثقافية (للزقاء). أنموذجاً، مجلة الزرقاء، العراق، الموصل،

ومن أهم ما يميز الإنترنت بنيتها اللامركزية حيث يقف المستثمرون العاديون على قدم المساواة مع أكبر الشركات العالمية، إذ يحصل الجميع على حق نشر ما يريدونه على الشبكة وكافة الموضوعات والمجالات، ولعل ذلك كان أحد الأسباب الرئيسة للانتشار الهائل لشبكة إنترنت، أما السبب الثاني فهو انخفاض تكلفة تبادل المعلومات الذي لا يتعدى أجرة المكالمات المحلية يضاف إليها بدل اشتراك شهري ثابت ومنخفض نسبياً⁽¹⁾.

ويمكن أجمال العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت كما يلي:

1. مستخدمو الشبكة: باختلاف مشاريتهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الاتصالية والإعلامية التي تدفعهم لاستخدام الشبكة.
2. الخدمات المقدمة من الشبكة: وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية، مثل البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المنتديات، الدردشة.
3. التقنيات المستخدمة في الشبكة: وهي "تنقسم إلى قسمين هما: القسم الأول الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للارتباط بالشبكة Hardware وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس مودم، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت، والشاشة، وغيرها. أما القسم الثاني فيتكون من البرامج اللازمة للارتباط بالشبكة Software كبرامج الوسائط المتعددة Multimedia مثل Real Player وبرامج التصفح مثل Internet Explorer وغيرها"⁽²⁾.

(1) أقبلي، طريف. 1996م، طريق للمعلومات الشاملة للبشرية جمعاء: شبكة إنترنت: دار الإيمان - دمشق، .

(2) إسماعيل، محمود حسن، 1998، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة ص 62

ثانياً: الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت:

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء، والأفكار، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية"⁽¹⁾. ولإيصال أشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الاتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الاتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الاتصال، وتبدأ مستويات الاتصال بالاتصال بالشخص، وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية، ويكون بين فردين، يليه الاتصال الجمعي الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة. أما الاتصال الجماهيري فهو النمط الاتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الإعلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الانترنت"⁽²⁾.

والإعلام جزء من العملية الاتصالية، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينة، وتستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري، ويسعى الإعلام لإيصال المعارف إلى الأفراد والجماعات بهدف التأثير في عقولهم، ومشاعرهم، ونشاطاتهم، كما يهدف الإعلام إلى إيصال المعارف والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع. وفي شبكة الإنترنت التي تعتبر وسيطاً اتصالياً جديداً بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، فإنها تعتبر تقنية اتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي وجمعي وجماهيري، دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال. تبعاً لذلك فقد اختلف الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الاتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الاتصال وطبيعتها. ونتيجة هذا المدى الواسع من الإمكانيات الاتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدراً كبيراً من الاندماج بين المجتمعات

(1) الغزوي، صالح زيد صالح، 2007، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص 40

(2) عصام موسى، 2004، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت ص 56

وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة.

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الاتصالي في "مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى. كما تقدم الشبكة خدمة البريد الإلكتروني التي تتميز إلى جانب سرعتها الفائقة في كونها مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالإضافة إلى احتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها"⁽¹⁾.

وتقدم شبكة الإنترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبيه جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حول الشبكة الدولية إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة. ويتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي:

خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail:

وهو أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الإنترنت، ويستمد البريد الإلكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الإلكترونية وهي "تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية Text أو الصوتية Voice أو الصور المرئية Photos"⁽²⁾. وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة

(1) عبد الله، فايز، 2002، ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت ص 23

(2) محمد منير حجاب، الحرب النفسية جامعة جنوب الوادي. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة 2005

به، ويعطى المشترك عنواناً خاصاً به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الالكترونية والتواصل مع الآخرين⁽¹⁾.

ويعد البريد الالكتروني "الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقاً لدراسة توصلت إليها مجلة (إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الالكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت نسبة متصفحى البريد الإلكتروني 71% من إجمالي مستخدمي الشبكة"⁽²⁾.

ويتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها:

- انخفاض التكلفة المادية.
- السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن.
- يتم استلام الرد خلال زمن قياسي.
- يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون كثيراً بحكم عملهم، كما يفيد الناس جميعاً، حيث يمكنهم أثناء إجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم.
- يستطيع المستفيد أن يحصل على رسائله في الوقت الذي يناسبه، فهو غير ملتزم بتلقي البريد في لحظة الإرسال نفسها.
- يستطيع المستفيد إرسال عدة الرسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه، وهذا ما يمكن أن يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلى ندوة أو مؤتمر أو معرض.
- يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني.

(1) أبو العطا، مجدي محمد، المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت، الطبعة الأولى، المكتبة العربية لعلوم الحاسب، القاهرة 2000 ص 11

(2) العربي، عثمان محمد، الإنترنت: الانتشار والاستخدام، دار المجد، تونس 2002 ص 82

ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الإلكتروني على مواقعها الخاصة، "مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد hotmail، وشركة yahoo، وgmail.com التابع لشركة Google، ونتيجة الإقبال الكبير لجمهور الإنترنت تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني، فقدمت Google خدمة البريد الإلكتروني بمساحة 1 جيجا بايت، بينما رفعت yahoo مساحة البريد الإلكتروني من 100 ميجا بايت إلى 1 جيجا بايت، هذا بالإضافة إلى تطوير الخدمات الملحقه بخدمة البريد الإلكتروني كتحويل الرسائل Forwarding⁽¹⁾.

مجموعات الأخبار Newsgroups:

وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها، ويمكن وصف مجموعة الأخبار "بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر"⁽²⁾ ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي، والصور الثابتة والمتحركة. ويمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات، وأخبار، وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته، عبر البريد الإلكتروني.

وتتميز بعض المجموعات بأنها "تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشاركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر. وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشتركين عبر البريد الإلكتروني، ولعل

(1) www.alriyadh.com.sa/contents/05-10-2003/RiyadhNet/news_2374.php

(2) إنرداهل بريان إنرداهل، الإنترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 ص 484

التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير⁽¹⁾.

وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية على عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشاركين فيها الاتصال ببعضهم البعض، وازدادت شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية الأخرى مجموعات إخبارية بإعداد كبيرة على الشبكة⁽²⁾.

شبكة الإخباريات NEWS:

تعد شبكة الإخباريات (Usenet News) أحد أكثر استخدامات الإنترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة (Network News Transfer Protocol NNTP) الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها.

وتقدم الشبكة "لوحة الإعلانات Bulletin Board وغرف الحوار Chatting Rooms، كما تتألف شبكة الإخباريات Net News من نظام ضخيم يشتمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر والتي تسمى مجموعات الإخباريات News Groups، وتستمر هذه المجموعات بالعمل على مدار الساعة وعلى مدى أيام السنة، وتسمح قوائم الاستعراض التجارية Browsers بالنفاذ إلى مجموعات الإخباريات، حيث يستطيع المستخدم أن يتابع حواراً مفتوحاً دون أن يشترك فيه، وهذا ما يسمى التردد Lurking، وهو ما يشجع الوافدين إلى مجموعات الإخباريات للدخول في الحوار وإرسال مقالة إلى المجموعة التي يختارها الوافد وتعمل شبكة الإخباريات Usenet بسرعة كبيرة جداً، إذ يحدد مديرو

(1) نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر 2001 ص 221

(2) عصام موسى، 2004، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت ص 76

المجموعات المدة الزمنية التي تبقى فيها رسائل الأعضاء منشورة قبل أن يقوم النظام بإلغائها، ولا تحتفظ المجموعات برسائلها منشورة عادةً أكثر من أسبوع واحد⁽¹⁾.

وتعد مجموعات النقاش مصادر معلومات ممتازة فهي تقدم المساعدة في المجالات الفنية والهوايات والسفر... الخ، ويمكن أن تكون منبعاً للحوارات الحية وفرصة لاجتماع أشخاص مختلفين لديهم اهتمامات مشتركة.

خدمة التراسل الفوري Instant Messaging:

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الإنترنت بين شخص وآخر، وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الإنترنت؛ ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام. فالخدمات التي تقدمها البرامج متعددة المهام هي تلك الخدمات التي يمكن استخدام بعض البرامج الخاصة في التراسل الفوري في تبادل المعلومات بأشكال متعددة، مثل الصوت والصورة إلى جانب النصوص. أما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية ذات المهام المحدودة، فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على أشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط أو النصوص فقط أو بهما معا دون استخدام الصورة².

ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري، برنامج بال توك Pal talk الذي يمكن من خلاله التواصل مع الآخرين عبر الصوت والصورة والنصوص المكتوبة، وهناك بالطبع خدمة التراسل الفوري عن طريق برنامج MSN Messenger و Yahoo Messenger، وهي تتميز جميعا بسهولة الاستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها.

(1) عبد الرحيم الصابوني. تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الإنترنت). - دمشق: 1996م. ص

خدمة جوفر Gopher:

نظام طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991 بهدف تسهيل عملية استخدام الانترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات يمكنه الإشارة الى الملفات ومواقع Telnet ومراكز معلومات WAIS وغيرها. وهو "برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الانترنت، إذ يستطيع المستخدم من خلالها القيام باستعراض المعلومات، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات. وتسمح خدمة غوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً، إذ تسمح بالنفاذ إلى النفاذ إلى قوائم المكتبات، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها"⁽¹⁾.

محركات البحث Search Engines:

هي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة، وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها، ومن هذه البرامج، "برنامج العنكبوت Spider Program الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة الأولى من الموقع المستهدف بل يتابع البرنامج الروابط Links الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى. ومن البرامج الأخرى المستخدمة في محركات البحث برنامج الفهرس Index Program الذي يعد قاعدة بيانات Database ضخمة تصف صفحات الويب"⁽²⁾.

(1) م. بشار عباس . دليل الانترنت. - مجلة المعلوماتي. - ع 46 لبنان (1996م).

(2) محمد جلال سيد غنصور، استخدام التبريسيين للإنترنت، دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات،

جامعة القاهرة 1999 ص 121

ومع التطور والتحديث المستمر للمواقع فإن محركات البحث تقوم بزيارات دورية للمواقع الموجودة في الفهرس للتأكد من التعديلات التي تطرأ على المواقع المفهرسة، وبدأت الكثير من محركات البحث بتطوير نشاطها وخدماتها، واتخذ البعض منها منحى التخصص في مجال معين يتجه إليه من يريد البحث المتخصص.

وهناك العشرات من محركات البحث التي تختلف فيما بينها في الأسلوب، وحجم التغطية التي تقدمها، كما تختلف المحركات في مدى قدرتها على تحديث قواعد بياناتها. وأسهمت محركات البحث على الإنترنت في التعرف على الكثير من المواقع الإلكترونية، كما ساهمت في زيادة الوعي المعرفي في جميع المجالات، وقد أشارت الإحصاءات في هذا الاتجاه إلى أن 85 % من زوار المواقع الإلكترونية يتعرفون على هذه المواقع عبر محركات البحث الأساسية، وأن 10 % فقط عن طريق الأصدقاء، و 5 % من وصلات مواقع أخرى⁽¹⁾.

ومن أشهر محركات البحث الرئيسية على شبكة الإنترنت MSN و Yahoo و Google و Alta Vista. وأعلنت شركة مايكروسوفت في أواخر عام 2004، وإطلاقها محرك بحث جديد بشكل تجريبي يبحث في خمسة بلايين وثيقة على الانترنت ويدعم 11 لغة. وتقدم بعض الشركات المهتمة في مجال البحث وفي مقدمتها Yahoo ثم Google شريط أدوات من خواصه إمكانية إجراء عملية البحث دون الدخول إلى الموقع نفسه، وخاصية الإكمال التلقائي، وخاصية منع النوافذ الطفلية وغيرها.

التلنيت Telnet :

هي بروتوكول انترنت معياري لخدمات الربط عن بعد ويسمح للمستخدم بربط جهازه على كمبيوتر مضيف جاعلاً جهازه وكأنه جزء من ذلك الكمبيوتر

(1) www.websy.com

البعيد. وهي طريقة أخرى للنفاذ إلى المعلومات المحملة على المخدمات، من خلال الدخول الفعلي إلى الحاسوب عن بعد واستخدامه بصورة عادية، فعندما يتصل المستخدم بواسطة تلمت يستطيع استخدام حاسوبه عن بعد كما لو أن لوحة المفاتيح مريوطة فعلاً على حاسوبه عن بعد، وبإمكانه استخدام الخدمات نفسها المتاحة لأي مستثمر محلي، وهذا يعني أنه يستطيع تشغيل برنامج معين على الحاسوب الذي يقع في النصف الآخر من الكرة الأرضية، كما لو كان يجلس أمامه تماماً. ويمكن استخدام تلمت لمشاهدة قائمة البطاقات الإلكترونية في مكتبة الكونجرس أو المكتبة البريطانية في لندن، كما يمكن استخدامها لاستعراض قواعد بيانات حكومية.

والشرط الوحيد لاستخدام تلمت بنجاح هو "أن يعرف المستخدم كيف يستخدم الحاسوب الذي دخل إليه عن بعد، كما يجب أن يسمح له هذا الحاسوب بالنفاذ إلى ملفاته. وهناك عدد كبير من المؤسسات التي قامت بتحميل برمجيات خاصة ضمن نظمها لكي يتمكن مستخدمو إنترنت من النفاذ الفوري إلى المعلومات"⁽¹⁾.

شبكة الويب Web،

شهد العام 1991 تطوراً مهماً في مسيرة الإنترنت تمثل في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية World Wide Web "الذي ابتكره بعد تجارب كثيرة من قبل الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee في العمل الأوربي لفيزياء الجزيئات في جنيف، وفي حدود عام 1945 عندما كتب المستشار العلمي للرئيس الأميركي فرانكلين روزفلت، فانفر بوش Vannevar Bush مذكرات حول نظام أسماء الميمكس Memex وهو جهاز قائم على نظام الميروفيلم بإمكانه حفظ كمية ضخمة من الوثائق في مكتب واحد. وفي الستينات قاد دوغلاس انغلبارت Douglas Engelbart بابتكار نموذج باسم Online System والذي اعتمد على

(1) المصدر رقم 31 ص 271

تكنولوجيا النص التشعبي Hypertext بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة⁽¹⁾، وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الإنترنت "حكرا على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري أنظمة الكومبيوتر، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم الإلكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها، بجانب المهام التي يضطلع بها باحثون آخرون في خدمة المؤسسة العسكرية الأميركية، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم تعد الإنترنت حكرا على هؤلاء"⁽²⁾.

وتعددت تعريفات الويب تبعاً لخلفيات المعرفين، فذوي الخلفيات التقنية من مطوري الشبكات والمبرمجين يركزون على الوصف التقني للموقع، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكولات التي تنظم التواصل، بينما يركز مستخدمو الويب على المضمون والتطبيقات اللازمة لتصفح المواقع والوصول إلى الوثائق. ومن خلال البحث في تعريفات الويب وجد الباحث أن هناك 26 تعريفاً أبرزها وأكثرها شمولاً هو "مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية Home page والتي يمكن التلوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع، ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة اسم الموقع على المتصفح"⁽³⁾، وفي تعريف آخر أكثر تفصيلاً يعرف الويب بأنه "ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب (خادم Server) يمكن التلوج إليها عبر شبكة الإنترنت. ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالباً لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضمين الموقع. تتضمن

(1) علي محمد شمو. التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1998 ص 236

(2) د. عباس مصطفى صادق. صحافة الإنترنت قواعد النشر الإلكتروني. الظفرة للطباعة- أبو ظبي. الطبعة الأولى 2003 ص 13

(3) www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html

الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات مثل الفأرة قصد الانتقال من ملف إلى آخر داخل الموقع أو خارجه⁽¹⁾.

ويعرف د. حسني محمد نصر الويب على أنه "نظام من خدمات الكمبيوتر يدعم الوثائق المكتوبة بلغة النص الفائق ويقوم بالربط بين الوثائق بعضها البعض سواء كانت وثائق نصية أو جرافيكية أو صوتية أو ملفات فيديو، وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كمبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم يتم تسليمها عبر الإنترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب Web Page والذي قد يحوي نصا أو يشير إلى ملفات أخرى، وهذه الملفات قد تحوي صورا أو لقطات فيديو أو مقاطع سمعية"⁽²⁾.

ويقول الدكتور عباس مصطفى "لقد نشأت الوب على الإنترنت وهي تستفيد من آليات الإنترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والملقحات والأجهزة في جميع أنحاء العالم، والعناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالاتصال بالحواسيب حول العالم، بينما الوب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا"⁽³⁾.

إن ظهور وتطور المستعرضات نيتسكيب Netscape، ومايكروسوفت إكسبلورر بعد سلسلة من المستعرضات التي صممها طلاب الجامعات مثل مستعرض غوفر ومستعرض فيول - فيولا، ومستعرض ميداس وغيرها، بعد المستعرض الذي صممه بيرنرز لي جعل من الإنترنت سهل الاستخدام وممكن مستخدميه من الوصول إلى المعلومات المستخدمة فيها وبأي لغة كانت، حيث مكنت المستعرضات من عرض صفحات الويب بالصورة وبالسائط المتعددة، وأضاف

(1) Alt.uno.edu/glossary.html

(2) د. حسني محمد نصر. الإنترنت والإعلام - الصحافة الإلكترونية - مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. الكويت 2003 ص 28

(3) المصدر رقم 11 ص 19

الويب فن جديد هو تصميم وإنشاء الصفحات التي تخدم أغراضا مختلفة، ومكنت الأفراد والمؤسسات من وضع أنفسهم على الشبكة.

وتتميز صفحات الويب "بالتفاعلية Interactivity فهي نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص، الصور، الأصوات، الإطارات، والأشكال المتحركة Animations وهي حالة المشاركة والأخذ والعطاء وتستفيد من ميزات الوصلات التشعبية Hyperlink التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى آخر"⁽¹⁾. ويقول ملفين ديفلير وساندرا روكيش "يشير التفاعل التبادلي بوجه عام إلى عمليات الاتصال التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الأشخاص، ففي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام بالتناوب، ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة فورا وبصورة كاملة في شكل رسائل شفوية وغير شفوية"⁽²⁾.

إعلاميا يمكن تعريف الويب على أنه "رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الانترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص التشعبي المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسية واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت فيديو...) أو وسائط متعددة Multimedia. وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي"⁽³⁾.

مما تقدم ووفقا للتعريف الإعلامي للويب فإن على من يسعى لممارسة مهنة النشر عبر شبكة الويب أن يتعامل معها كوسيلة اتصال جماهيري فعالة متكامل فيها الرسالة (شكلا ومضمونا) مع الوسيلة والمتلقي. وعلى الناشر أن يكون على قدر

(1) Glossary Of Graphic Design And Web Page Design Terms. Illinois,U.S.A
www.grantasticdesign.com/glossary/html

(2) المصدر 16 ص 489

(3) المصدر رقم 15 ص 3

كبير من المعرفة بالإمكانيات التواصلية من حيث التفاعلية والتغذية الراجعة التي يتيحها الويب، والخدمات الإضافية التي يمكن تقديمها من خلال الموقع كخدمة البحث والأرشفة والوصول إلى مواقع أخرى.

ثالثاً: نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:

تتطور تكنولوجيات شبكة الانترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو تضاف لها، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في شبكة الانترنت:

1. وكالات الأنباء، حيث لا تتخلف أية وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الانترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسيوشيتدبرس ووكالة الأنباء الفرنسية وشينغوا ويونايتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بالمقابل. وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخبارية السياسية والاقتصادية والرياضية، بلغات عالمية مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسية ورويترز وشينغوا، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات الصور والرسوم بالإضافة إلى خدمة تلفزيونية تقدم نماذج للمقطات تلفزيونية.

2. إذاعة الانترنت، وهي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كومبيوترية يتم استخدامها للبحث عبر الشبكة اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات Streamig لتشغيل المواد الصوتية Audio أو الفيديو Video، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة؛ ويقول محمد عارف "إن راديو الانترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية

والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الإنترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبت برامج إذاعية أو تلفزيونية⁽¹⁾.

3. البث التلفزيوني عبر الإنترنت، يستخدم البث التلفزيوني عبر الإنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكون مجتمعة الملف المراد بثه. ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحول إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملقمات الإنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري⁽²⁾. ويقول بهاء عيسى "مع كل التقدم الحاصل في شبكة الإنترنت إلا أن البث التلفزيوني في الشبكة لم يصل إلى النضج التكنولوجي الذي يضعه في خانة الاعتمادية، حيث أن تنزيل الصورة يأخذ زمنا طويلا وهي نفسها مازالت ضعيفة في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه"⁽³⁾. وتشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي إن إن CABLE NEWS NETWORK. كما استفاد البث التلفزيوني عبر الإنترنت من كافة المواد الفلمية التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية كما حدث في العراق ودول أخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضيا أو حتى التي تصور من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.

4. خدمة الإخبار بالهاتف المحمول، وبالنظر لاشتراك الهاتف المحمول بالكمبيوتر وكذلك الإنترنت لذلك فقد تم الاستفادة من المشترك بين الهاتف المحمول والإنترنت فتم توفير ميزة تلقي البريد الإلكتروني ويتم عبر

(1) محمد عارف. تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية. سلسلة محاضرات الإمارات. أبوظبي 1997 ص 26

(2) بهاء عيسى. شاهد التلفزيون عبر الإنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي. نوفمبر 1999 ص 76 ص 77

(3) المصدر السابق ص 79

خدمة الرسائل الهاتفية SHORT MESSAGE SERVICE تقديم للمشاركين طيفا واسعا من الخدمات الإخبارية تشمل خدمات وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول. هذا بالإضافة إلى إرسال واستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف إلى آخر أو من هاتف إلى بريد إلكتروني على شبكة الإنترنت.

5. خدمة الواب، وهو نظام كومبيوتر يحوّل صفحات الإنترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الأجهزة الإلكترونية المحمولة الأخرى، ويقول د. رميح بن محمد الرميح "تم تطوير بروتوكول الواب في العام 1997 عندما اجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المحمول وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وأريكسون بالإضافة إلى شركة فون دوت كوم التي كانت تسمى في ذلك الحين UNWIRED PLANET بغرض ربط أهم شبكتين في العالم؛ شبكة الهاتف المحمول وشبكة الإنترنت فيستفيد المستخدم من خاصية المحمول ومما تقدمه الإنترنت من خدمات ومعلومات"⁽¹⁾. أما التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الواب فتتضمن الرسائل الصوتية والإلكترونية، الحوار، التصفح، أو الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتنقلة، الدخول على الشبكات المحلية وغيرها.

6. النشر الإلكتروني، مع انتشار الإنترنت وخروجها من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة برزت ظاهرة ما يسمى بالنشر الإلكتروني Electronic Publishing (للصحف والمجلات والمدونات ومواقع المعلومات.. وغيرها). وبدءا من تسعينات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الإنترنت بدوافع عديدة لعل من أهمها محاولة الاستفادة من التكنولوجيا

(1) د. رميح بن محمد الرميح. هل ينجح الواب كما نجح الويب؟ مديثة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنولوجيا. www.khayma.com./madlna/wab.htm

الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد في عدد قرائها وفي عائدات الإعلان⁽¹⁾. ويقول الدكتور حسني محمد نصر "قبل عام 1995 وتحديدا في عام 1993 كان هناك عشرون صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات الإلكترونية، وكان عدد الصحف التي استطاعت أن تقيم لها مواقع إلكترونية على الشبكة لا يتعدى ست صحف كبرى وعدد من الصحف الصغيرة. وبمرور الوقت وبحلول منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة بعضها يضم النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة ومنتجات معلوماتية أخرى، وفي بداية 1996 كان على الشبكة 154 صحيفة إلكترونية، وفي أكتوبر من نفس السنة بلغ عدد الصحف على الشبكة 1562 صحيفة. وقد ارتفع هذا الرقم في منتصف عام 1997 إلى نحو 3622 صحيفة ارتفع مرة أخرى في نهاية ذلك العام إلى 4000 صحيفة⁽²⁾. ويوفر النشر الإلكتروني سهولة كبيرة في تحديث المعطيات.

وساعد التوسع في استخدام النشر الإلكتروني في تحديد التوجه نحو عدد أقل من النظم وتعزيز التوجه نحو الربط بين هذه النظم لتصبح قادرة على التخاطب وتبادل المعطيات فيما بينها.

ويوفر استخدام النشر الإلكتروني ميزة فريدة لا يمكن الحصول عليها بالوسائط التقليدية الورقية، "حيث يمكن استخدام نظم النص الممنهّل HYPERTEXT التي تتضمن الوصلات البرمجية التي تستخدم للانتقال من كلمة محددة في النص إلى ملف صوتي يشرح هذه الكلمة أو إلى صورة تتعلق بهذه الكلمة أو إلى شرح تفصيلي بنص مطول يوضح مدلولاتها. والعنوان أو الكلمة التي تستخدم لهذا التطبيق تظهر عادة بلون أخضر أو أي لون آخر مختلف عن لون النص الأصلي، ويكفي الضغط عليها بالفأرة للانتقال إليها ضمن دليل الاستخدام

(1) Boynton, R. S. (2000), NEW MEDIA may be old media s Savior, Columbia Journalism Review, p.32

(2) بهاء شاهين . شبكة الإنترنت. - مصر: كمبيوساينس، 1996م . ص 94

مما يتجاوز كثيراً مما يمكن أن تقدمه الوثائق المطبوعة أو من سرعة النفاذ إلى المعلومة المطلوبة⁽¹⁾.

ويرى محمد محمد أنه بات "من المألوف لجوء عدد كبير من المؤسسات العاملة في مجال النشر الإلكتروني إلى استخدام الأقراص الضوئية المدمجة CD-ROM، فلقد أصبح بالإمكان استخدام تقانة الأقراص المدمجة لتخزين كميات هائلة من المعلومات وعندما يحتاج المستفيد إلى استرجاع هذه المعلومات، يستطيع أن يبحث ويقرأ ويقتبس أي جزء من المعلومات في وقت قصير جداً بواسطة برامج حاسوبية مصممة بالطريقة الملائمة. ويستطيع القرص المدمج العادي أن يخزن 600 ميغا بايت أي ما يعادل 200.000 صفحة مطبوعة⁽²⁾.

لقد أمكن للصحف الإلكترونية من خلال النشر الإلكتروني تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظراً للسرعة التي تتمتع بها الشبكة، وفيما كانت تنتظر الصحف الورقية يوماً كاملاً لصدر طبعة جديدة لتحديث أخبارها فإن الصحف الإلكترونية تقوم بتحديث صفحاتها بشكل مستمر كما "تفعل بعض كبريات الصحف الأميركية New York Times التي تقوم بتحديث موقعها كل 20 دقيقة وتصل في بعض الأحيان إلى خمس دقائق"⁽³⁾.

ويأتجاه الإفادة من النشر الإلكتروني أقبل العديد من المؤلفين ودور النشر على نشر إصداراتهم عبر الشبكة من خلال تقنية الكتاب الإلكتروني E-Books الذي يشهد زيادة مضطردة في أعداد الراغبين باقتناء الكتب من خلاله نتيجة الصعوبات التي تواجه الكتاب التقليدي والقائمين على دور النشر التقليدية وبخاصة الصغيرة منها.

(1) د. نبال إلهي - قرص مرام متعدد الطبقات. - مجلة المعلومات. - ع 47 (1996م).

(2) محمد محمد أمان . النشر الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات. - المجلة العربية للمعلومات. - مج 6 ص 23 (1985م).

(3) السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 27

رابعاً: السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت:

من خلال الأشكال الاتصالية التي تتم عبر شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية متعدد الوجوه والتي تتضمن مجموعة مختلفة من الأشكال الاتصالية، هي؛ من طرف واحد الى طرف آخر، ومن طرف إلى عدة أطراف، ومن عدة أطراف إلى أطراف أخرى، فإن مفاهيم اتصالية جديدة ظهرت وارتبطت بشكل كبير بدراسة الانترنت، وتبعاً لسماتها الرئيسية استطاعت شبكة الإنترنت ان تجمع الخصائص التي تتميز بها الوسائل الاتصالية الإعلامية التقليدية، فقد تم دمج العناصر الطباعية المميزة لوسائل الإعلام المطبوعة والحروف، والصور، مع العناصر المميزة للوسائل المرئية، الصور المتحركة والألوان. ومن هذه المفاهيم:

- التفاعلية Interactivity :

وهي تعني رجوع الصدى، وقد عرف Durlak التفاعلية بأنها "العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد. كما عرفها Refaeli التفاعلية بأنها أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة"⁽¹⁾، وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والأنشطة، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت.

- سهولة الاستخدام Accessibility:

تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل

(1) المصدر 29 ص 147

جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة وغيرها.

وتشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرة من أهمها سهولة الحصول على المعلومات، إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي هيا الاتصال بين عدد كبير من الأشخاص، وتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية. ولتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الانترنت بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة^(*) بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الإلكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة، والاستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة.

ومن سهولة الاستخدام للشبكة تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع إمكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع، وكذلك من خلال الاستفادة من تقنية النص التشعبي Hypertext التي تتيح الوصول إلى مواقع أخرى عبر الشبكة. ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية Hyper Links⁽¹⁾. هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للمستخدمين والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الاستخدام حيث يمكن للمرسل إرسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء.

(*) يستطيع ذوو الاحتياجات الخاصة الاستفادة من معطيات الإنترنت عن طريق عدد من الوسائل حيث تحوّل برامج معينة البرامج التي يعرضها الحاسب الآلي إلى لغة برايل لكي يتعامل معها فاقدو البصر، كما أن هناك برامج أخرى تحوّل النصوص إلى أصوات، وكذلك فإن هناك المزيد من البرامج لذوي الإعاقات الأخرى.

(1) أحمد، حسن، الكمبيوتر.. ابتكارات مستمرة، مكتبة الأفاق، لبنان، 2006، ص 26

– الوسائط المتعددة Multimedia:

تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة، لتوصيل الأفكار والمعاني. ويرى Gibbs "أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات، تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة عبرها"⁽¹⁾. وأسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصوراً ورسوماً كاريكاتورية.

"ويعد موقع ال CNN على الإنترنت أول المواقع الإخبارية التي استفادت من الوسائط المتعددة حيث تم وضع إعلانات بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدرات كبيرة مستفيدة من تقنيات الصوت، والصورة التلفزيونية"⁽²⁾، وفي أبريل 2003 خطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات إلى المتلقين العرب وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة مما حفز الجمهور على المشاركة الفعالة والفورية"⁽³⁾. وبالطبع فإن الوسائط المتعددة الآن هي سمة غالبية المواقع الإخبارية التي استفادت من مزاياها لنقل الصورة والصوت والكلمة في آن واحد.

– سرعة الحصول على المعلومات:

توصف شبكة الإنترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه. وفي كل يوم تظهر من البرامج والنظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة

(1) عبد الحميد بسيوني ، الوسائط المتعددة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004 ص11

(2) www.ekateb.net

(3) www.suhuf.net.sa/2001jaz/jul/15/ev4.htm

السرعة Broadband Internet. وفي المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الإنترنت، حيث طورت العديد من الصحف الإلكترونية نظامها التحريري ليوافق السرعة المذهلة التي تتمتع بها الشبكة" فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونية على تقنيات عالية السرعة لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار كتقنية جافا المتطورة للنشر الإلكتروني Rapid Publish التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفية بالشبكة مما يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكل مستمر"⁽¹⁾.

معوقات الإنترنت:

على الرغم من هذه الميزات وغيرها تعتري الإنترنت جملة من المعوقات منها:

1. صعوبة الاستعمال ولا سيما لغير المتخصصين ومن ليس لديهم معرفة باستخدام الحاسب، ويحتاج الأمر إلى تدريب وإرشاد تفاصيل الاستخدام على الوجه الأكمل.
2. صعوبة المحافظة التامة على سرية وأمن المعلومات، وهو ما يشكل اختراقاً للخصوصية من قبل العابثين والمخربين.
3. صعوبة أو بطئ فتح الملفات الكبيرة جداً أو التي تحتوي على صور ورسوم، ولا سيما إن كانت سرعة تراسل البيانات بطيئة والبنية التحتية ضعيفة، مما يشكل هدراً للوقت ومزيداً من الإنفاق غير المبرر.
4. وجود الكم الهائل من المعلومات وملايين المواقع؛ تصبح عملية البحث والوصول إلى ما نريد بدقة عملية تنطوي على بعض الصعوبة، وإن تم العثور على ما نريد فسيكون مضمناً في قوائم عديدة كبيرة متشابهة مما يوقعنا بحيرة وصعوبة في اختيار الأفضل (المفيد والأصلح).

5. مخاوف بعض الدول من شيوع الإنترنت لأسباب أمنية أو أخلاقية، أو فرض رسوم على الاستخدام من قبل مطوري الشبكة والمسيطرين عليها.....

فضلاً عن ضعف البنية التحتية في كثير من الدول النامية؛ وهو ليس عيباً في الإنترنت بقدر ما هو صعوبة في توفير أوضاع هذه الدول للتعاطي مع الشبكة العالمية.

خامساً: سمات الصحافة في عصر المعلومات:

اكتسبت الصحافة ملامح عصر المعلومات الإيجابية منها والسلبية بتحولها إلى الحاسبات وترافق ذلك بتأثيرات ملحوظة في المحتوى المنشور بعد شيوع الإنترنت واتصالها بالصحافة على نحو أو بآخر.

ويمكن إجمال هذه السمات في ثلاثة محاور رئيسية⁽¹⁾:

أولاً: فيما يتعلق بالصحف كمصدر معلوماتي: كانت الصحف وعلى مدى عقود طويلة مصدراً ثرياً للمعلومات، وبدخول العصر الرقمي بدأت تفقد جزئياً هذه الميزة لعدة عوامل منها:

1. تزايد حجم المعلومات: بصورة غير مسبقة عبر التاريخ، إذ يقدر العلماء أن مجموع المعارف (ابتداء من السنة الميلادية الأولى) قد تضاعف أول مرة سنة 1750م، ثم سنة 1900م، ثم سنة 1950م، ثم سنة 1960م لياخذ هذا التزايد بعد ذلك منحى أسياً غير مسبوق في تاريخ البشرية. ومعنى هذا أن العالم قد أنتج من المعلومات، خلال ثلاثة العقود الأخيرة، ما لم ينتجه طيلة الـ 5000 سنة الماضية. وهو ما تستطيع الصحف تقديمه أو نقله بالطرق التقليدية.

(1) د. بطرس جرجس حلاق، د. محمد خليل لرفاعي، "إدارة الصحف واقتصادياتها"، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح،

2005-2006، ص: 340 وما بعد

2. طالت ثورة صناعة الإعلام والاتصال والمعلومات مجمل حياة الأفراد والجماعات، فسوق صناعة الاتصال (إلكترونيات، اتصالات، وسائل إعلام وترفيه...) بلغ ما يناهز 10 إلى 12 بالمائة من الاقتصاد العالمي. والمواطن العادي يخصص حوالي 10 بالمائة للإعلام والاتصال (تلفزة، هاتف... الخ)، فإن هذه النسبة قد ارتفعت إلى 16 بالمائة وهي باتجاه متزايد مع تطور تقنيات الاتصال.
3. تزايد نسبة المعلومات في تكوين السلع والخدمات إلى درجة أصبحت معها المعلومات تشكل سلعاً بحد ذاتها، وفي بعض الأحيان تكون تكلفة المعلومات أكبر بكثير من تكلفة المواد الأولية. وهو ما يعني أن هناك توجهاً نحو لا مادية الاقتصاديات وزيادة الاعتماد على المادة الرمادية في إنتاج السلع والخدمات.
4. غزت المعلومات كل ضروب حياة الأفراد والجماعات وبرزت صناعة المعلومات بوصفها المحرك القوي الجديد لاقتصاد المجتمعات، ومعظم اقتصاديات المجتمعات المعاصرة، بما فيها المجتمعات التي كانت تعد المعلومات من الأنشطة غير الإنتاجية لبناء قاعدة اتصالية لقرن جديد يوصف بقرن العلم والمعرفة واقتصاد الإعلام. صناعة المعلومات (إنتاجاً وتخزيناً وتداولاً واستهلاكاً) بوصفها المحرك القوي الجديد للاقتصاديات والمجتمعات.
5. ازدياد قيمة وحجم البحث والتطوير ضمن هذه الصناعات والخدمات المعلوماتية. وياتت المنافسة تتم في المختبرات ومراكز التطوير والتجديد.
6. يوحي العصر ظاهرياً أن المعرفة أصبحت عالمية الطابع لكن الحقيقة غير ذلك فعلى المستوى الدولي ثمة تباين بين إمكانات الوصول إلى المعرفة، بحكم تمركز التكنولوجيا بين أيدي عدد محدود من الدول والشركات؛ الولايات المتحدة تنتج لوحدها 80 بالمائة من الأقراص المدمجة و90 بالمائة من البرامج الجماهيرية وثلاثي أنظمة الويب.

ثانياً: فيما يتعلق بالجانب المؤسسي للصحف: تغيرت الهياكل المؤسسية وطبيعة عمل المؤسسات؛ إلى مجموعة متغيرات منها:

1. ضخامة حجم الاستثمارات التي تحتاجها صناعة اليوم، فقد انقضى زمن إصدار الصحف كمشروعات فردية أو منشآت أسرية، وتحولت إلى منشآت عملاقة حتى تضمن لنفسها استمرار الصدور في ظل منافسة وسائل الإعلام من نفس النوع كالصحف والمجلات؛ ووسائل الإعلام الالكترونية كالتلفزيون والفيديو والسينما، والوسائل الحديثة كالمحطات الفضائية والإنترنت.. إن حجم الاستثمارات وضخامة المنافسة كلاهما يشكلان عنصراً أساسيان من عناصر التحديات التي تواجه صناعة صحافة اليوم، وهو ما دعا الكثير من الصحف الصغيرة إلى الانضمام إلى مؤسسات كبيرة لضمان بقائها، وتوسعت المنشآت الصحفية في نوعية إنتاجها الإعلامي وغير الإعلامي كما ونوعاً لتشكل مجموعة حلقات مترادفة الحلقة الأقوى تعوض خسارة الحلقة الأضعف.

2. زيادة نسبة اليد العاملة المتميزة بقطاعي الإعلام والاتصال، حيث تقدر الدراسات أن نسبة المشتغلين بقطاع الإعلام والاتصال سنة 2000 تتجاوز الـ 65 بالمائة (مقابل الـ 50 بالمائة إلى 55 بالمائة قبل عشر سنوات) هذه السمة تعبر وبعيداً عن طبيعة اقتصاديات القرن الحالي وطبيعة التكوين والاستثمار فضلاً عن إبرازها للامح البطالة القادمة.

3. يلعب الوقت دوراً رئيسياً في عملية إصدار الصحيفة وفي صناعة الصحافة وربما أكثر من أي صناعة أخرى، فالصحافة منتج يوصف بسرعة البوار؛ وعمر الصحيفة اليومية في حده الأقصى يوماً واحداً إذا انقضى هذا اليوم تعاد الصحيفة مرتجعات (رزم من الورق يترتب على الصحيفة أعباء إعادتها وحزمها وتخزينها ريثما يتم التصرف بها) تفقد قيمتها من الناحية المادية والأدبية كمنتج يحمل رسالة ولا يغيب عن الذهن تعدد أشكال المخاطرة في صناعة الصحافة إذا أضفنا إلى العوامل السابقة أن المشروع الصحفي ليس مشروعاً

تجارياً خالصاً، بل هو مشروع اقتصادي يسعى إلى الربح (أو على الأقل لا يخسر وهو بحد ذاته ربحاً من نوع آخر كتنسيق حركة الأموال، وتوظيف عاملين...) وينفس الوقت يؤدي دوراً اجتماعياً ورسالة ثقافية في المجتمع التي تصدر فيه الصحيفة ومن أجله.

4. كل هذه العوامل جعلت من الإدارة الصحفية ضرورة عصرية لتحقيق المعادلة الصعبة في العمل الصحفي بوصفه مشروعاً ذا طبيعة اقتصادية واجتماعية بنفس الوقت، تسعى إلى تحقيق أهداف مرسومة يفرضها الواقع المجتمعي والمرحلة التاريخية من مراحل تطوره، لذلك تحدد مهام الإدارة على نحو أو بآخر الأهداف التي ترسمها المؤسسة لنفسها، وتنقسم على الأعم إلى أهداف مرحلية (تكتيكية) توضع خلالها الخطط لأوقات زمنية محدودة أو لمواجهة أزمات طارئة..... وأهداف مستمرة (إستراتيجية) تعبر عن إطار عريض يوضح السياسات التي تتبعها مؤسسة ما لتحقيق مهامها بعيدة الأجل.

5. تأثير هذه التحولات الإعلامية والمعلوماتية على الهياكل التنظيمية للمنظمات وطرق التوظيف التي أسست في عهود ما قبل عصر المعلومات. فهناك الانتقال من الأنماط الهرمية السائدة في التنظيم إلى اللامركزية وتعدد مراكز اتخاذ القرار مع زيادة قيمة العمل من خلال الوحدات والمشاركة في العمل. وهناك الانتقال من نظم الرقابة والضبط المركزية إلى أنماط رقابة ذاتية تكون المسؤولية فيها من نصيب الجماعة مع سيادة قيمة النجاح لدى الجميع. واعتماد قيم المرونة والحركية بدلاً من النظم الجامدة والهياكل الثابتة. واعتماد المعلومات كمصدر إستراتيجي في العملية الإنتاجية بدلاً من عدها بيانات وصفية جامدة وبيانات تاريخية محدودة الأهداف محصورة في الزمن الماضي.

6. شيوع شبكات الاتصالات والأقمار الصناعية وقنوات البث الفضائي وانتقال المعلومات عبر الكرة الأرضية جعلت من هذا الأخيرة قرية صغيرة كما يقول ماكלוهان، وأصبح الإنسان إنساناً عالمياً يعرف ما يجري حوله وما استجد

لديه من تطورات ومشاكل وهموم، وأصبح يخضع لما اصطلح عليه بالحقوق الكونية للإنسان.

7. الطابع الشبكي الذي يميز قطاع الإعلام والاتصال، والقيمة المضافة التي تعطيها الطبيعة الشبكية لها في طريقة تسيير وتوظيف هذه الشبكات تكمن مصادر القيمة المضافة لا في وجود هذه الشبكات ومن خلال تداخل المعلومات بالاتصالات توفر هذه الأخيرة خدمات جديدة.....

8. من ناحية التكنولوجيا البحتة التحول إلى الرقمية وما حملته من إمكانيات استغلال 8 ونقل وتخزين كل أنواع المعلومات (من صور وصوت وبيانات وغيرها) وما وفرت من إمكانيات المزاوجة بينها بحكم جمعها لغة واحدة (1 و0). وعملها وفق بروتوكولات التبادل القياسية. ثم التطورات الضخمة في قوة المكونات الأساسية التي مكنت من تحويل الاتصالات إلى آلات معلوماتية. ثم الانفجار التكنولوجي الذي غزا كل مكونات السلسلة الصناعية الإعلامية والاتصالية والشبكات والبرمجيات والطرفيات وبروتوكولات التسيير والمراقبة والفوترة وما إلى ذلك.

ثالثاً: فيما يتعلق بالمحتوى المنشور في الصحف: بدأت الرسالة الاتصالية تشهد نوعاً من توفيق أوضاعها مع ما أفرزه العصر الرقمي من متغيرات ويبرز ذلك في عدة نقاط منها:

1. أخذت الصحف تميل إلى مع وبت الأخبار على نحو أكبر من الميل إلى عرض الآراء على الرغم من المنافسة الشديدة في وسائل الإعلام الأخرى وعدم قدرة الصحف بحكم مواعيد صدورها وتوزيعها على مجاراة هذه المنافسة. لذلك تستعيز الصحف عن السبق الإخباري بالاهتمام بجانب التفسير والتحليل ومنح خلفيات غزيرة للقصص الإخبارية التي تتناولها؛ أي أنها تتجه نحو تعزيز جوانب الإقناع كخاصية من خصائص الإعلام المطبوع، ومستفيدة في الوقت ذاته من الفرصة السانحة في إتاحة مصادر المعلومات وسهولة الوصول

- إليها (من خلال الشبكات وما تنتجه من قواعد بيانات وبنوك المعلومات) مما كان له بالغ الأثر في زيادة معدل العمق المعلوماتي في القصص المنشورة.
2. أخذت الصحف تميل إلى نشر المعرفة المتخصصة في مجال اهتمام ضيق، وهو أحد الحلول المطروحة أمام الصحف في ظل صعوبة تقديم محتوى متنوع يرضي جميع القراء.
3. اتسع نطاق التغطية الإخبارية لكل مطبوعة مع بقاء أولويات الاهتمام كما هي، ويبرز هذا الاتساع في المجال الجغرافي من خلال قدرة الصحف المنشورة إلكترونياً في الوصول إلى قراء أقاليم الأرض. فبدخول شبكة الانترنت مجال الصحافة تزايد الإقبال على النشر الإلكتروني وبنفس الوقت ظهرت الصحف الإلكترونية، مما ساعد الصحف على الشيوع والانتشار ووصولها إلى قراء عسديين كان يتعذر وصل الصحف بصيغتها الفيزيائية إليهم، وفي كثير من حالات الصحف تصل النسخ الإلكترونية إلى الاهتمام بالشأن الدولي ومعالجة ونشر موضوعات ذات طبيعة عالمية والعمل على النشر بلغات عدة.
4. بازدياد اعتماد الصحف على تقنيات العصر الرقمي برزت الحاجة إلى صحفيين (وكادر عمل) مؤهلين ومدرّبين وقادرين على التعامل والتفاعل مع التقنية الرقمية التي تعد الحاسبات الآلية جوهرها، وتنامت المهارات التي يجب أن يجيدها الصحفي المعاصر كماً ونوعاً، سواء المهارات الأساسية المتصلة بمعالجة لغة التعبير أم تقنيات الكتابة لكل وسيلة إعلامية بما يمكن من الاستثمار الأعظمي للخصائص التي تنفرد بها كل وسيلة. أم المهارات التقنية الخاصة بالتعامل مع معدات الإنتاج الإعلامي، فضلاً عن مهارات المعرفة العامة وما ينبغي أن يحيط به من معارف وموهبة وقدرة لتأدية على أكمل وجه، وتتصل هذه المهارات بالقدرة على التعامل مع الحدث ودقة الملاحظة واقتناص موضوع الكتابة... وهذه تحتاج إلى ترقية مستمرة من خلال التدريب؛ ولا سيما المهارات التقنية التي تحتاج إلى تطوير مستمر على نحو ملح نتيجة تطور التقنية ذاتها. ونظراً إلى تشعب هذه المهارات أصبح الميل إلى تطبيقات متخصصة معلماً من معالم الصحفي المعاصر.

5. أسهمت قوة التكنولوجيا في التعريف على المستوى الدولي بقضايا هي أصلاً محلية. لقدرة وسائل الإعلام والاتصال على نشر الخبر على نطاق واسع، والتعريف بقضايا ليس لها نصيب بالظهور لولاها، بل تسهم في تسريع دورتها شأنها في ذلك شأن الكتاب أو المقال أو الدراسة العلمية أو وسائل الإعلام والاتصال الأخرى.

سادساً: الصحافة والإنترنت:

1. نشوء وتطور صحافة الانترنت:

ظهرت صحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضاً نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية. وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف) وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكومبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم لم تكد تمضي سنوات على ظهور الانترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.

وتطورت الصحافة الالكترونية عبر تجارب التليكست والفيديوتكس في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً، ومن تطور قواعد البيانات واستخدام الكومبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة في بداية السبعينات من القرن الماضي، ويقول شيدين "إن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الالكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الاسوسيتدبرس، إلا أن هذه الخدمة

توقفت عام 1982 بعد انقضاء الشراكة⁽¹⁾، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية Bulletin Board System – BBS في سنوات 1985 – 1988.

صحافة الانترنت إذن هي نتاج لامتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية، وهي برغم عمرها القصير إلا أنها حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين. وتمكنت صحافة الانترنت من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية ولجمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلنين والطبقة السياسية ومروجي الأفكار والدعاة وسواهم، لكن هذه المكاسب ارتبطت ومازالت بتطور التقنية وانتشارها وفي طبيعة الجمهور الذي يستخدمها. وبرغم أن المؤشرات حول ذلك لا تزال غير مشجعة، إلا أن كثيرا من الباحثين جنحوا مبكرا الى الحديث عن هزيمة الصحافة التقليدية ونهاية عصرها، بل أن فيليب ميلر تنبأ بأن عام 2040 سيشهد هجرة آخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية⁽²⁾.

ومع عدم الجزم بمثل هذه التوقعات إلا أنها تعبر عن الهاجس الفكري الذي ساد خلال السنوات الأخيرة مأخوذا بالإنجاز التقني المعروف بالانترنت وما عبر عنه من تقدم علمي كان جزءا من ثورة تكنولوجية معلوماتية إنسانية جديدة غيرت من مفاهيم وقيم الثورة الصناعية، كما أنها تنطلق مما الهتمته هذه الثورة من محفزات لتطوير الأداء المهني والإفلات من قيود الصحافة المطبوعة ونمطيتها وعيوبها. ولكن ذلك سرعان ما اصطدم أيضا بعيوب الواقع الصحفي الجديد وهي عيوب لا تقتصر على حدود التقنية المتقدمة التي استحالت بشكل أو بآخر إلى تقنية طبقية عالميا ومحليا، بل أيضا بالمحتوى الصحفي الذي تنوعت أشكاله ومضامينه بشكل كبير⁽³⁾.

(1) Shedden, David (2005) New Media Timeline (1969-2004). Poynter Institute.

(2) فيليب ميلر، كتاب الصحافة الزائلة، الولايات المتحدة، 2005

(3) لقاء مكي، المسؤولية الاجتماعية لصحافة الانترنت، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2004

لقد كانت بداية ظهور الصحافة الالكترونية كما يرجعها سيمون باينز S.Bains "كثمرة تعاون بين مؤسستي بي بي سي BBC الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثيريتي IBA عام 1976 ضمن خدمة تلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس Ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل Oracle. وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل Prestel قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثيريتي BTA⁽¹⁾.

وعلى الرغم من أن محاولات هذه المؤسسات لم تلق النجاح المطلوب إلا أن الأمر تغير كلياً مع بداية التسعينات الذي حمل معه تطورات هائلة على جميع المستويات، وإذا كان نجاح خدمة Tele Text مرده الاعتماد على جهاز التلفزيون، فإن نجاح الصحيفة الالكترونية مرتبط مباشرة بتوفر أجهزة الكمبيوتر وتطور البرامج التي تسهل الوصول إلى الإنترنت والتعامل معها. وفي مرحلة التسعينات أصبح للإنترنت دوراً بارزاً في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الإنترنت بشكل كبير خلال عقد التسعينات.

"في عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحيفة الالكترونية الأول على الإنترنت انطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالوالتو أونلاين Palo Alto والحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو التوبالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة"⁽²⁾. وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجاناً في

(1) عماد بشير، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت، مجلة المعلوماتية،

www.informatics.gov.sa/magazin في 2005/7/26

(2) Kawamoto.K.(2003)Digital Journalism;Emergine Media and the changing.Horizons of Journalism,Oxford;Rowman&Littefield Publishers Inc.

الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الانترنت. "وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994 - 1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996"⁽¹⁾.

وتعد صحيفة "لواشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرتها الصحفية يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبنية، وأطلق على هذا المشروع اسم "الحبر الورقي" والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي ((الصحف الإلكترونية)) التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحريض والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الإعلام المتعدد (Multi media)، وما تحقق من تنام لشبكة الانترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات إخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك"⁽²⁾.

وفي شهر نيسان عام 1997 "تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للإصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس

(1) Gillmor, Dan (2004) We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people, O'Reilly Media, U.S.A

(2) الدكتور أجوق علي- الصحافة الإلكترونية العربية كالتوقع والآفاق دار الكتاب الجزائري. الجزائر 2005 ص 27

الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافة وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة⁽¹⁾.

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الإلكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبد الستار فيكي "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الإلكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الإنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الإنترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما ان حوالي 99% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية قد وضعت صفحاتها على الإنترنت"⁽²⁾.

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الإنترنت فقد تطور حسب Pavlik عبر ثلاثة مراحل؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الإنترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائداً، المرحلة الثانية يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتواءم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الأول، أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الإنترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبّقوا فيه الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر⁽³⁾.

سابعاً: التعامل الصحفي العربي مع الإنترنت؛

يرتبط انتشار الصحافة الإلكترونية بنمو ظاهرة الإنترنت ووصولها الى اكبر عدد من المستخدمين في أماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالإنترنت،

(1) حسن عماد مكايي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1993، ص 23
(2) عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة، عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الإنترنت، بيروت: دار الصياد
أنترنشيونال 2000، ص 230

(3) Pavlik, John V. (1997) The Future of Online Journalism A guide to whos doing what.

"وهو الأمر الذي يفسر أسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان الغنية قبل الدول الأخرى وخصوصاً في الولايات المتحدة التي يشترك 70% من سكانها بشبكة الانترنت"⁽¹⁾.

ومع النصيب المحدود جداً من حجم الانتشار العالمي للإنترنت في العالم العربي وتأثير ذلك بشكل تلقائي على محدودية انتشار الصحف الالكترونية فيه، فإن هناك وجود حقيقي لصحافة الكترونية عربية، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والأسبوعية مواقع لها على الشبكة، وفيها مواقع ذات أهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان، الأهرام، الحياة، الشرق الأوسط، ... الخ)، غير أن "معظم الصحف العربية تكتفي إما ببث مضامينها المنشورة في الطبعة الورقية، أو أنها تكتفي بوضع نصوص مختارة من هذه الطبعة على مواقعها الالكترونية دون أن تؤسس أقساماً أو إدارات تحرير مستقلة للنسخة الالكترونية كما فعلت صحف عالمية عديدة"⁽²⁾.

وكانت بدايات تعامل الصحافة العربية مع تقنية النشر الالكتروني الذي بدأ الحديث عنه "مع إطلاق شركة Apple لأول مرة نظام نشر إلكتروني متكامل عام 1985 لتتطور بعدها الأمور بسرعة فيتغير معها أسلوب النشر الصحافي بطريقة جذرية.

أما الصحف الالكترونية المنشورة عبر الانترنت فقط فقد بدأ إصدارها في مطلع العام 2000 بصور صحفية (الجريدة) في أبوظبي في الأول من كانون الثاني من ذلك العام، وصدرت بعدها عدة صحف الكترونية أخرى، من أهمها: اتجاهات (السعودية)، باب ويوابة (الأردن) اسلام اون لاين (مصر)، لكن عدد هذه الصحف يبقى محدوداً وبعضها مجرد مواقع إخبارية أكثر من كونها صحفاً بالمعنى الذي استقرت عليه الصحف الالكترونية. وهذه الحقيقة لا تمنع القول أن

(1) المصدر 44 ص 42

(2) إسماعيل، دانيا، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، جامعة لندن، 2004 ص 67

النسخ الإلكترونية لبعض الصحف العربية تميزت بتقديم كمأ جيداً من المعلومات وخدمات أرشيف جيدة للمستخدمين مثل موقع جريدة البيان الإماراتية⁽¹⁾.

ثامناً: مراحل تطور الصحافة الإلكترونية العربية:

مرت الصحافة الإلكترونية العربية بمراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الفني والمهني التي هي عليه الآن، وهذه المراحل هي:

1. مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة:

وكانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدااته الصحف التالية:

- صحيفة الحياة، في 17 أكتوبر عام 1995 كان تاريخ إصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج لأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها اسم أرشيف الحياة الإلكترونية⁽²⁾.
- صحيفتي السفير والنهار اللبنانيتين، في يوليو عام 1997.
- صحيفة الأهرام المصرية، فبراير 1998.
- صحيفة الشرق الأوسط، في 14 مايو 1998⁽³⁾.

2. مرحلة إصدار النسخة الإلكترونية:

تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الإنترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الإنترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990. ويقول الدكتور عبد الأمير الفيصل "أن الصحافة المكتوبة هي الأكثر استفادة من بين

(1) مركز المعلومات والدراسات. الصحافة الخليجية على الإنترنت. مؤسسة البيان دولة الإمارات العربية المتحدة 2000.

(2) احمد عبد الهادي. الصحافة الإلكترونية والورقية. ندوة نقابة صحفيين المصريين 2004

(3) علي الجابري. تقنيات الخبر في الفضائيات العربية (فضائية أبو ظبي نمونجا). عمون للدراسات والنشر. عمان. الطبعة

وسائل الإعلام العربية من خدمات الانترنت ؛ فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية وأيضا الالتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها أنها زجرية ومقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية⁽¹⁾.

3. مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما يذكر الدكتور عماد بشير في يناير 2000 حيث انطلقت من أبو ظبي صحيفة الجريدة eljareeda.com، ثم في عام 2001 صحيفة إيلاف elaph.com. وإن هاتين الصحيفتين كانتا إلكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية وإن كانت هناك نشرات إخبارية News Letters تحمل أخبارا عن لبنان من وكالات الأنباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية. كما أنشأت على مستوى الصحف الورقية صحيفة "الشرق الأوسط" لنفسها موقعا في 9 ديسمبر 1995، ثم تلتها صحيفة "الحياة" في الأول من يونيو عام 1996 فـ "السفير" في نهاية العام نفسه⁽²⁾.

4. المواقع الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية:

أتت الفترة التي أستغل فيها الإنسان الفضاء اتصالياً وإعلامياً لتمثل متغيراً كبيراً في حياة الأفراد والشعوب والدول نتج عنه متغيرات عصفت بجميع وسائل الإعلام والاتصال ودعمت مركزية التلفزيون والصورة المرافقة للإحداث على مستوى العالم كله. "ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الإعلامية المصورة إلى مداراتها فقد ظهر التلفزيون

(1) عبد الأمير الفصيل، الصحافة الإلكترونية.. مقاربة أولية. مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال 22 نوفمبر 2005 ص 12

(2) الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي ندوة مجلة العربي (الكويت). الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، 21/أبريل 2001

الفضائي في كل من الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل فرنسا والصين واليابان⁽¹⁾.

وقد أدى تطور أقمار الاتصال وأقمار البث المباشر في الثمانينات إلى حدوث تغيرات ملموسة على الاتصال التلفزيوني، وهناك العديد من أقمار البث المباشر في أوربا منها القمر الفرنسي TDF الذي أطلق عام 1988 وبث إرسال القناة الفرنسية بلوس Canal Plus، والقمر الألماني للبث المباشر TVs AT2 الذي أطلق عام 1988 والقمر الأوربي أولمبي Olympus الذي أطلق عام 1989 والقمر البريطاني للبث المباشر BSB عام 1989 ويحمل خمس قنوات منها قناة للأفلام وأخرى رياضية وواحدة للأطفال. وقد استغلت الولايات المتحدة أقمار الاتصال في الإعلام الدولي وثبتت على أقمارها أهم محطة تلفزيونية إخبارية هي CNN من أطلال نطا التي تبث على مدار الساعة وتصل لمعظم أنحاء العالم مستخدمة عدة أقمار صناعية. وفي آسيا تعد اليابان أكثر الدول لاسيوية اهتماما بنظام البث المباشر حيث تملك عدة أقمار مخصصة للبث وانتقلت عام 1990 إلى السوق العالمية عندما وقعت عقدا كبيرا مع شركة هيوز الأميركية لصناعة الأقمار الصناعية لأجل إطلاق خدمات تلفزيونية مباشرة إلى المشاهدين والتي تضم 100 قناة تشتمل على قنوات للأفلام والرياضة وغيرها⁽²⁾.

أما دخول البث الفضائي واستخدام الأقمار الصناعية في الوطن العربي فقد بدأ أول الأمر في منطقة المغرب العربي، فقد استفادت كل من المغرب والجزائر من البث التلفزيوني الأوربي كما سمحت تونس لهيئة التلفزيون الإيطالي RAI بإقامة محطة تقوية في العاصمة تونس⁽³⁾. ويعد تاريخ 8 شباط 1985 معطفا إعلاميا وتكنولوجيا اتصاليا كبيرا في التاريخ العربي الحديث؛ إذ كان تاريخ

(1) فرانك مراميه وآخرون.. الفضاء العربي (الفضائيات والإنترنت والإعلان والنشر) ترجمة فريدريك معنوق.. بيروت 2004 ص 15

(2) د. أحمد بدر، الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية. القاهرة 2002 ص 18

(3) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار آرام للطباعة والنشر. 1995 ص 27

إطلاق أول قمر صناعي عربي Arabsat A1 ثم تلاه في حزيران إطلاق القمر الصناعي الثاني Arabsat B1. وفي عام 1990 شرع اتحاد إذاعات الدول العربية في الاستفادة من القناة 23 كاول قناة يتم استئجارها على عربسات وتسخر على مدار الساعة للخدمة التلفزيونية الإقليمية المتمثلة في نقل الأخبار والبرامج المتبادلة بين الهيئات التلفزيونية، كما وقع اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري اتفاقاً مع عربسات في حزيران 1990 لاستئجار القناة الغزيرة الإشعاع لمدة ثلاث سنوات، وفي 12 كانون الأول 1990 بدأت القناة المصرية بثها المنتظم وكانت هذه الخطوات بمثابة نقطة البداية لانطلاق الشبكة الفضائية العربية، وقد تزامن هذا مع خطوات سعودية تمثلت في استئجار القناة القمرية الثانية في الحزمة S وخصصت لبث برامج مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، حيث بدأ بث برامجه من لندن في 18 أيلول 1991⁽¹⁾.

وأدى انتشار القنوات الفضائية بشكل كبير في بداية التسعينات والتي بلغت عام 2000؛ (452) تبث معظمها باللغات الأجنبية)، إلى إعادة تشكيل عميقة للساحة التلفزيونية العربية بتنوعها للعرض والمضمون البرامجي⁽²⁾. وقد أدى ظهور وتطور تقنيات الإعلام والاتصال الرقمية الجديدة والتنامي العالمي للعرض الفضائي إلى إعادة تشكيل موازين القوى الإقليمية في ما يتعلق بالبث والإنتاج والتقاط البرامج والأفلام "ولم يعد المجال الفضائي مجرد سماء صافية بل بل مجالا للمنافسة التجارية والسياسية أبطل فاعلية استراتيجيات بعض الحكومات لضبط مجالها الوطني، وكان هذا بداية لظهور فضائيات عربية نافست الحضور الإعلامي الأجنبي وأوجدت فضاءً عربياً مؤثراً في اتجاهات الرأي العام العربي"⁽³⁾.

ورغم ان الكثير من الفضائيات العربية بمختلف اتجاهاتها قد ظهرت لتغزو شاشات التلفزيون إلا أن الفضائيات الإخبارية كانت الأبرز نتيجة للحواجز التي

(1) مجد الهاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج، عمان 2001 ص 80

(2) فاروق أنيس جرار، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الإعلام، عمان 2001

(3) عاطف علي العبد، التبادل الإخباري التلفزيوني العربي، دار الفكر، القاهرة 1991 ص 129

تغلف الواقع السياسي العربي والدور المحدد للتلفزيونات الوطنية العربية المملوكة للحكومات،"وقدمت هذه الفضائيات الإخبارية نكهة تلفزيونية جديدة تمثلت بالإكثار من البرامج الحوارية وتلك التي تعتمد على الاتصال المباشر مع الجمهور، وهو يعني إعطاء جمهور المشاهدين مكانة مهمة في الصلة مع الوسائل الإعلامية التي يرتقي أداؤها من خلال تواصلها المباشر وتعرفها على رجع الصدى الفوري لجمهور المستقبلين لرسائلها الإعلامية"⁽¹⁾. ويعتبر الدكتور تيسير أبو عوجة أن "الفضائيات الإخبارية قدمت للعمل الإخباري أشياء جديدة تتمثل بما يلي:

- تقدم هذه القنوات نشراتها الإخبارية بهيكلية إخبارية تقوم على أساس أهمية الحدث وليس حسب التنظيم الهيكلي الروتيني الذي تلتزم به النشرات الإخبارية الرسمية العربية.
- تنوع النشرات الإخبارية بحيث تتضمن بالإضافة إلى الأخبار القادمة من الوكالات التقارير الوافية من المندوبين والمراسلين الخاصين الذين تعتبر رسائلهم الإخبارية إضافة خاصة تنفرد بها القناة الإعلامية.
- تتضمن حوارات مباشرة يتم إجراؤها أثناء تقديم النشرات سواء مع المراسلين أو مع الشخصيات المعنية بالأحداث.
- إضافة إلى ذلك إعطاء مساحة مهمة للأخبار الاقتصادية عبر نشرات متخصصة. هذا بالإضافة إلى مزايا أخرى تتعلق بالأسئلة الاستشرافية التي تدخل في باب التوقعات وقراءة المستقبل"⁽²⁾.

الأخبار عبر الإنترنت:

أصبح الإنترنت أداة ضرورية في القرن الواحد والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في المعلومات والتثقيف والتسلية، كما أن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد أوساطها استطاعت أن تجمع إمكانات التلفزيون والراديو والهاتف

(1) تيسير أبو غزالة. الإعلام العربي- تحديات الحاضر والمستقبل- دار مجدلاوي. عمان 2000 ص 204

(2) المصدر السابق نفسه ص 206

في وسط واحد، ويقول برودي "بينما يستمر التلفزيون في الوفاء بتوقعاته الماكلوهانية في كونه (النافذة إلى العالم) فإن الإعلام الرقمي وخاصة تلك الموصولة والمشبوكة عن طريق الانترنت - تعمل في الحقيقة على وصل المستخدم بالعالم"⁽¹⁾.

إن خصوصية الإنترنت من حيث تطوير تكنولوجيا الإعلام تقع أساسا في حقيقة أن مشاركة المستخدم هي أحد أسسه الرئيسية مما يعطي انطباعات إضافية عن كيفية استخدام هذه التكنولوجيا وتشكيلها حسب الحاجات والعادات الاستهلاكية للجماهير.

وبالرغم من الفوائد العديدة والاستخدامات العملية لتكنولوجيات الإعلام الجديد، لم يغطي الإنترنت كليا أدوار الإعلام التقليدية المرتبطة بالتلفزيون والإذاعة، ويشير كاستلز إلى "قبول التلفزيون والفيديو كوسائل للتسلية بينما يحتفظ الراديو بدور المرافق بينما تعد أفضل استخدامات الانترنت خاضعة لمصالح المستخدمين"⁽²⁾، ويوضح أيضا كيف أن الأخبار والمحتويات المتضمنة للمعلومات هي "مجالات أثبت فيها كل من التلفزيون والإنترنت وجودهما ونجاحهما، وبينما اتخذ الناس الإنترنت بشكل كثيف إل أنهم أبقوه بعيدا عن التلفزيون وبشكل عام لمعظم وسائل الإعلام العالمية فيما عدا التقارير الإخبارية"⁽³⁾.

ومع التجارب العالمية التي كرست الحضور المتزايد للجمهور واعتمد فيها على الانترنت كمصدر مباشر للمعلومات "الانتخابات الأميركية عام 2000 التي كان 20 % من الأميركيين يحصلون على أخبارها من الانترنت، وخاصة عند الأجيال الشابة، كما أن ثلث شباب أميركا تحت سن الثلاثين يحصلون على

(1) Brody, Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvey of the electronic media in the middle East. Iowa State University Press.

(2) Castells, M. (2001) The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford University Press. p 193

(3) المصدر السابق نفسه ص 192

أخبارهم عبر الشبكة مرة واحدة أسبوعياً على الأقل⁽¹⁾. ويقول أليكساندر في ذات الموضوع

"عندما اندلعت الحرب في العراق في مارس 2003 فإن 17 % من الشعب الأميركي استخدم الإنترنت كمصدر أساسي للأخبار في حين حصل 89 % منهم على تلك الأخبار من التلفزيون، ومن الجدير بالذكر أن الـ 17 % الذين كانوا يحصلون على الأخبار مباشرة من الإنترنت فإن المواقع الإلكترونية التي كانوا يصلون إليها كانت على الأغلب مرتبطة بإعلام الأخبار ذات الاتجاه السائد مثل CNN وM SNBC⁽²⁾."

ولعل ما ذهب إليه أليكساندر ينطبق على التلفزيون والأخبار المطبوعة، فالإنترنت بات "أمراً ضرورياً لاستمرارية وتوسع هذه الوسائل الإعلامية"⁽³⁾، ويرى ليستر أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية فإن ذلك سيمنحه "منطق أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام، وعلاقة أكثر استقلالاً مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي وخيار أكبر للمستخدم، وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الإنترنت مباشرة ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيل لمعرفة تأثير الإنترنت على البنية السياسية للمجتمع"⁽⁴⁾.

إن الإنترنت يعطي انطباع المجال الحر لتدفق المعلومات والأخبار التي يتم تقديمها من خلال الوسط نفسه وخاصة أثناء الحروب والنزاعات السياسية، وقد أوجد اختلاف الأخبار والمعلومات على الإنترنت تنافساً بين مزودي الأخبار المختلفين

(1) Eveland Jr., W. and Marton, K. and Seo, M. (2004) Moving Beyond "Just the Fact": The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge. Communication Research, 31(1):82-108.

(2) Alexander, A. (2004) Disruptive Technology: Iraq and the Internet in Miller, D. (ed.) Tell Me Lies: Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq. Pluto Press. P 132)

(3) المصدر السابق نفسه ص 141

(4) Lister, M. Dovey, J. Giddings, S. Grant, I. and Kelly, K. (2003) New Media: A Critical Introduction. Routledge.

خارج الشبكة، وتحديات إتباع الأنماط التقليدية للإعلام والأخبار مع تكنولوجيا الاتصالات لجديدة والانترنت التي أصبحت ممكنة بين هذه المنظمات لإحداث وجود مميز وقوي لعالم الانترنت المباشر على الشبكة العالمية WWW. وقد تمكن الإنترنت من إثبات وجود قوي للباحثين عن الأخبار والمعلومات والراغبين بالحصول على أخبار فورية وهو ما دفع أغلب وسائل الإعلام المرئية والمقرّوة والمسموعة إلى إنشاء مواقع إلكترونية تواكب هذه الرغبة وتماشي إمكانيات الإنترنت في القدرة على التحديث والإضافة على الأخبار والتقارير الصادرة على مدار الساعة

المواقع الإخبارية:

خلال نهايات القرن الماضي، تأثر الشرق الأوسط بالعولمة التي أفرزت متغيرات واضحة في مجال صناعة الإعلام والاتصالات، وبدأت الحكومات التخفيف من رقابتها على المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، ووصف هنري وسبرنغبورغ ذلك بالقول "إن أحد معايير القدرة السياسية لنظام ما في القرن الحادي والعشرين هو شفافيته وانفتاحه على المصادر الجديدة للمعلومات"⁽¹⁾. ويضيف "في العديد من دول الشرق الأوسط فإن التطورات السياسية لعبت دوراً مهماً في السماح بحرية التعبير والحصول على الأخبار من مصادر مرنة وتم إصلاح أجهزة رقابة وزارات الإعلام للسماح لوسائل الإعلام بممارسة سلطتها الذاتية ودورها الكامل في المجتمع"⁽²⁾.

ومن الظواهر التي صاحبت هذه المتغيرات التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط والدول العربية على وجه الخصوص نمو القطاع الخاص مما هيا الأجرء لاستقلال العديد من الهيئات الإعلامية عن مؤسسات الدولة فشهدت المنطقة تدفق الصحف والإذاعات والفضائيات المستقلة ذات المصالح التجارية والسياسية حتى بلغت في عام 1997 أكثر من 100 قناة فضائية كان أغلبها ذو طابع ترفيهي، أما

(1) Henrym C. and Springborg, R.(2001)Globalization and the Politics of Development in the Middle East. Cambridge University press p 298.

(2) المصدر السابق نفسه ص 345

من ناحية مزودي الأخبار فقد ظهرت عدد من الفضائيات المتخصصة بالأخبار، ولعل "القناة الرائدة في هذا المجال والأكثر تأثيراً في الشارع العربي فيما تقدمه من مناظرات سياسية مفتوحة وحرية التعبير ونقل الأحداث دون تلوين أو مواراة هي قناة الجزيرة القطرية التي تقدم أخبارها على مدار 24 ساعة"⁽¹⁾. والجزيرة قناة فضائية قطرية كانت بدايتها في شهر أبريل عام 1996م حيث كانت فرع عربي لقناة BBC الإخبارية البريطانية في قطر ثم تم استملاكها بكامل معداتها وأجهزتها بدعم من الحكومة القطرية وبميزانية قاربت 50 مليون دولار.

وقد أدى نجاح "الجزيرة" كفضائية عربية مزودة للأخبار (يشاهدها أكثر من 45 مليون مشاهد عربي)⁽²⁾ إلى ظهور فضائيات أخرى مزودة للأخبار لعل أهمها قناة "العربية" التابعة إلى MBC والتي بدأت بثها من دبي في الإمارات العربية المتحدة خلال الحرب على العراق عام 2003م وقناة الإخبارية السعودية، كما ظهرت قناة أخرى تعد نتاجاً للوجود الأميركي في المنطقة وداعمة للسياسة الأميركية هي قناة "الحرية". وتقول دانيا إسماعيل أنه "ورغم وجود العديد من القنوات الفضائية الإخبارية في المنطقة إلا أن قناتا "الجزيرة" و"العربية" تميزتا باتباع سياسات مختلفة من حيث أجندات التحرير ميزهما كل عن الأخرى وأصافاً من خلالها تنوعاً جديداً في صحافة الأخبار العربية"⁽³⁾.

ولتوزيع الخدمة المقدمة من قناة "الجزيرة" ولغرض الوصول إلى أكبر عدد ممكن من متحدثي اللغة العربية بأي مكان في العالم أنشأت الجزيرة نت كموقع إخباري، وظيفته الأساسية "استكمال الدور الريادي لقناة الجزيرة في تطوير الرسالة الإعلامية العربية وتمكين الجمهور العربي من المتابعة التفاعلية المتواصلة

(1) دانيا إسماعيل، دراسة لتطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي. كلية جولد سميث، جامعة لندن 2004 ص 29

(2) محمد السيد سعيد. الإعلام العربي في عصر المعلومات (الاتجاهات والقوى الجديدة في قضاء الإعلام العربي) مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.. أبو ظبي 2006 ص 31

(3) Kawamoto.K.(2003) Digital Journalism; Emergine Media and the changing Horizons of Journalism, Oxford; Rowman & Littlefield Publishers Inc. ص 32

للأخبار وتحليلاتها على شبكة الإنترنت وتحقيق رؤية متوازنة وموضوعية وحيادية. ويقدم الموقع خدماته لعدد كبير من الزوار حيث بلغ حوالي الـ 85 مليون صفحة مشاهدة شهريا حسب إحصائيات عام 2003 أي مليار و14 مليون صفحة مشاهدة خلال عام 2003. ويأتي زوار الموقع من مختلف البلدان ومن خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة. كما يعرض موقع الجزيرة نت للبت الحي جميع البرامج الحية والمسجلة من قناة الجزيرة بالصوت والفيديو والنص ويتميز بعرض سريع للأخبار العاجلة، كما إن هناك العديد من الأقسام الأخرى مثل قسم الأخبار وقسم لآخر التطورات الاقتصادية، وقسم العلوم، وقسم الطب والصحة، وقسم الرياضة، وقسم الثقافة والفنون، إضافة إلى خدمات أخرى مفيدة لجمهورها العربي وهي متابعة الصحافة العربية والدولية في قسم جولة الصحافة، وقسم الملفات الخاصة الذي يعرض دراسات ومعالجات معمقة وموسعة لأبرز القضايا على الساحتين العربية والدولية⁽¹⁾.

أما موقع "العربية نت" فقد افتتح في يونيو 2004 كوسيلة إخبارية عربية على الشبكة العالمية WWW تدعيما لما تقدمه قناة "العربية"، وتعود ملكية القناة والموقع إلى شركة المجموعة الدولية القابضة العربية السعودية ARA والتي تمتلك أيضا MBC. وكما هو حال "الجزيرة" فإن "العربية" موقعا وفضائية يعملان من مدينة الإعلام في إمارة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة. موقع "العربية نت" يصدر صفحاته باللغة العربية و"تدرس إدارة الموقع حاليا إمكانية توسيع عملياتها ليكون الموقع باللغة الإنكليزية أيضا"⁽²⁾.

ومن الواضح خلال تجربة "الجزيرة" و"العربية" كمواقع إلكترونية مولودة من رحم قنوات فضائية إخبارية سوف تشهد مزيدا من التطور حيث تشير مراحل نمو وبناء هذه المواقع وتحميل الصوت والصورة والبرامج في صفحاتها إلى حسن

(1) موقع الجزيرة نت www.aljazeera.net

(2) عمار بكار. مدير موقع العربية نت. مقابلة خاصة مع الباحث. 25/09/2006.

استخدام لتقنيات الانترنت قياسا بمواقع الكترونية عربية أخرى سواء كانت امتدادا للتلفزيون أم لوسائل إعلام أخرى⁽¹⁾.

ورغم أن الفضائيات الإخبارية العربية تستقطب أعداد كبيرة من متابعي الأخبار في العالم العربي إلا أن رغبة المواطن العربي في المشاركة في الإدلاء برأيه سواء في القضايا السياسية أو الاجتماعية أو سواها، سواء كانت تلك المشاركة نقدا أو تحليلا أو كشفا لحقائق معينة "جعلت من المواقع الإخبارية التابعة لتلك الفضائيات ساحة رحبة لتلقي تلك المشاركات وبالتالي مشاركة متابعو هذه المواقع والمشاركون فيها أغناء الموقع بمعلومات إضافية عن الأخبار والتقارير التي تقدمها الفضائية من على شاشة التلفزيون.

(1) حسن عماد مكاوي. الفضائيات العربية ومتغيرات العصر. المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة 2005 ص 439.

« الفصل الثاني »



مفهوم الصحافة الإلكترونية ونشأتها

الفصل الثاني

مفهوم الصحافة الإلكترونية ونشأتها

(1) مفهوم الصحافة الإلكترونية:

إن الحقيقة الراسخة باتت تؤكد أهمية الصحافة في المجتمعات المعاصرة بما يتجاوز الحاجة إلى المعلومات والأخبار، بل وإلى تلبية الإشاعات والرغبات للقراء، وبما يجعل من الصحيفة جزءاً أساسياً من نسيج الحياة اليومية للناس، وإذا كانت الصحيفة تشترك مع باقي وسائل الاتصال الجماهيري في العديد من الوظائف والأهداف، فإنها ظلت متميزة بقدرتها على التوثيق، وعراقتها التي أتاحت لها أن تختزن جزءاً مهماً من التجربة الإنسانية في القرون الأخيرة، حتى أصبحت مرجعاً تاريخياً أساسياً، إلى جانب خصائص أخرى منحت هذه الوسيلة قدراً مهماً من التميز وعناصر الديمومة.

لم تشهد الصحافة خلال عدة قرون من تاريخها تطورات سريعة ومتلاحقة تكنولوجياً، كما حدث مع وسائل الإعلام الأخرى، فمطبوعة غوتنبرغ احتاجت إلى نحو أربعة قرون كي تتطور بشكل يتيح إمكانية جعلها ذات انتشار جماهيري واسع، لكن التطور التقني عمومًا تسارع كما هو معروف خلال القرن العشرين ليتيح إمكانية تطور تقنيات الطباعة.

"ويشير باحثون مثل ماكلوهان وسيل وسميث وتوفلر وآخرون، إلى أن الكلمة المطبوعة التي تعد الصحافة من مظاهرها تمثل إحدى مراحل التطور البشري التي تلتها مرحلة المنجزات الإلكترونية المتمثلة باختراعات التلغراف واللاسلكي والهاتف ومن ثم الراديو والتلفزيون والأقمار الصناعية والحاسوب الإلكتروني"⁽¹⁾.

(1) أبو اصبع، صالح خليل (1995) الاتصال والإعلام في الدول المعاصرة، عمان، آرام للدراسات والنشر والتوزيع، ص

وبطبيعة الحال فإن الصحيفة استفادت من جميع هذه الاختراعات بشكل واسع، حيث أتاح تطور تكنولوجيا الاتصال إمكانيات تعزيز مضامين الصحف وإدخال الحاسوب في نظم صناعة الصحافة ابتداءً من الحصول على المعلومات وانتهاءً بالمراحل الطباعية المختلفة. لكن هذا التطور ذو الأهمية البالغة لتعزيز القدرة التنافسية للصحافة أمام وسائل الإعلام الأخرى لم يغير الشكل الأساسي للصحيفة كما عرفها الإنسان، وهو خليط الورق والأخبار والصور، الأمر الذي أسهم في تعزيز عادات القراءة التقليدية، كما أنه حافظ على خصائص الصحافة التوثيقية وعلاقتها بالقارئ.

"إن التقنيات الالكترونية الحديثة تكاد ترسم صورة مختلفة لعالم جديد، لعل من أبرز خصائصه وفرة المعلومات وكثافتها وتدفقها بسهولة وسرعة فائقة، فضلاً عن التنوع في استخدام تلك المعلومات والتحكم في مسارها وتوجهاتها"⁽¹⁾. "ودائماً ما تطلعت إدارات الصحف لطرق ووسائل جديدة من أجل الاستفادة من تطورات التكنولوجيا الحديثة لتحسين الطرق التي تحصل صفحاتهم بها على الأخبار، والطرق التي تنتج بها هذه الصفحات وتقديم للقارئ، ومع ذلك فإن المعلومات التي بدأت في الظهور بحلول منتصف القرن الماضي لم تخلق فقط الفرص من انتشار الصحف وأعمالها بشكل عام، ولكنها أيضاً بشرت بحلول المجتمع المعلوماتي أو الإعلامي الجديد، من خلال ولادة الشبكة العنكبوتية للمعلومات (الانترنت)"⁽²⁾. "إن الانترنت كوسيلة اتصال حديثة ساعدت على خلق بيئة إعلامية ذات خصائص مختلفة غيرت من خلالها الأدوار التقليدية للمرسل والمستقبل، وأدت إلى ضرورة صياغة الرسائل الاتصالية بما يتفق وهذه البيئة ذات الوسائط المتعددة"⁽³⁾.

(1) الموسوي، محمد جاسم قلحي، اتجاهات إعلامية معاصرة، مقرر الفصل الأول/ مرحلة الماجستير، الأكاديمية العربية في الدمام، ص 4

(2) راشد، إبراهيم (1999) التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير (منشورة) جامعة ويلز، كليات كارديف، ص 20

(3) صبري، أمينة (2010) إطلالة على مستقبل نظم الاتصال، مجلة الفن الإذاعي، العدد 198، أبريل، ص 23

وبذلك جاءت الصحافة الإلكترونية لتكون وسيلة اتصال جماهيرية أضيفت إلى سابقاتها من الوسائل الأخرى، وتأخذ دوراً مهماً في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، معتمدة على التكنولوجيا الحديثة المتمثلة بالحاسوب والأقمار الصناعية والانترنت.

إن مصطلح الصحافة الإلكترونية غالباً ما يشير إلى استعمال قواعد المعلومات ولكنه كذلك يشير إلى استعمال الانترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن ملايين الموضوعات.

وقد ظهرت الصحافة الإلكترونية بمصطلحها Electronic Newspaper كإشارة إلى الصحف الورقية التي تنشر على الانترنت.

ويرتبط مفهوم الصحافة الإلكترونية بمفهوم آخر أكثر واعم وهو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات.

أما ما بصدد الحديث عنه الباحث فهو الصحافة الإلكترونية التي تختص بنقل الخبر وتتناول الأحداث اليومية بأقلام الصحفيين وتحليلاتهم ووجهات نظر الكتاب، مثلما يحدث في الصحافة الورقية.

فالصحافة الإلكترونية يطلق عليها في الدراسات الأدبية والكتابات العربية مسميات أخرى مثل الصحافة الفورية والنسخ الإلكترونية والصحافة الرقمية والجريدة الإلكترونية.

وكما ظهرت خلال القرن الماضي عشرات النظريات والمفاهيم التي حاولت وضع تعريفات للإعلام بشكل عام، فعلى سبيل المثال "محمد خضر" (الإعلام بأنه الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة

الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعليم والترفيه وإشباعاً لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من الظواهر).

واستوقفت هذه الظاهرة الكثير من الباحثين والدارسين، فتعمدوها بالرصد والتحليل وكان من نتيجة ذلك أن ظهرت في الأفق الكثير من التعريفات الخاصة بالإعلام الإلكتروني، فالبعض يعرفه بأنه: "عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة).

وهناك من وضع تعريفاً محدداً للصحافة الإلكترونية: (نوع من الاتصال بين البشريتم عبر الفضاء الإلكتروني الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصال الأخرى. تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة).

وهناك تعريفات عديدة للصحافة الإلكترونية منها: "هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت، والصحيفة الإلكترونية أحياناً تكون مرتبطة بصيغة مطبوعة".

بينما يعرفها البعض: "بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات إلكترونية

ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير online journalism تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف والمجلات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة.

بدوره، يثبت الدكتور رضا عبد الواحد أمين المفهوم الآتي: (هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط multimedia تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنيت بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة).

ومن بين جملة التعريفات التي عرفها الباحثون الغربيين أمثال (ماكلوهان وسبيل وسميث وتوفلر... الخ) والعرب أمثال (فايز عبد الله الشهري وإحسان محمود الحسان... الخ) يعرف الصحافة الإلكترونية الدكتور عبد الأمير الفيصل في كتابه الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي بأنها (جزء من مفهوم واسع واشمل وهو النشر الإلكتروني، الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأدواته أو أنظمتها plate-to-computer المتكاملة، إذ يمتد حقل النشر عبر الانترنيت (online publishing) أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات، وتعتمد نظم النشر الإلكتروني عموماً التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معاً بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة).

وبحسب الموسوعة الحرة ويكيبيديا الصحافة الإلكترونية نوع من الصحافة تستعمل الوسائط الإلكترونية في نشر مادتها الصحفية. أغلبها ظهر نتيجة لاعتماد

الصحافة الكلاسيكية تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة رغبة في تحسين أدائها أولاً ثم فتح مجال أوسع للانتشار.

(ولقد صاغ الفيلسوف الألماني هاينريش هاسنر مفهوم نظرية رصينة اسمها المجال العام public sphere أكد فيها أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيراً كبيراً في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور).

وهي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري، تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت. (جواد الدلو، 2002، 11).

وعرفها عبد الرزاق الدليمي بأنها جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنت ويثها عبر الأقمار الصناعية وكيبلات الاتصال، فهي الصحافة الممارسة على شبكة الانترنت حيث تقوم ببث رسائل الكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافياً، لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية، بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشيف الكترونية يمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقاً، وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من الصفحات ناهيك عن أنها وسيلة متعددة الوسائط بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولاً للبث الفضائي الحي. (عبد الرزاق الدليمي، 2011، 218).

ويسري تعريف الصحافة الإلكترونية على كل أنواع الصحف الإلكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنت أو غيرها من الخدمات التجارية الفورية طالما أنها تبث على الشبكة بشكل دوري، أو يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر أو من ساعة لآخرى أو من وقت لآخر حسب إمكانيات الجهة التي تتولى نشر الصحيفة عبر الشبكة. (عبد الأمير الفيصل، 2006، 78).

مجموعة من المؤشرات التي تشير إلى الصحافة الإلكترونية منها:

- أنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.
- يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت.
- يتم إصدارها بطريقة إلكترونية من حيث تحريرها وتصحيحها وتصميم الرسوم وإعدادها وتركيب الصفحات ثم يتم بثها إلى جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.
- تتيح للقارئ تصفحها واستدعائها والبحث في محتوياتها وحفظ المادة التي يريدتها وطبع ما يرغب.
- النصوص فيها مرتبطة بصحف ورقية مطبوعة وأحياناً يكون ليس لديها نسخ مطبوعة.
- منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية ولها موقع محدد على شبكة الانترنت وتخزين المعلومات وإدارتها واستدعائها يكون بطريقة إلكترونية.

(2) نشأة الصحافة الإلكترونية:

مرت الصحافة الحديثة بعدة مراحل في استخدام الوسائل التكنولوجية الجديدة، حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الإلكتروني، وفي بداية التسعينيات بدأت أجهزة الحاسوب والانترنت تدخل بشكل مكثف إلى غرفة الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية، وفي بلدان أخرى عديدة لاستخدامها في الكتابة والتحرير، حتى صار الانترنت وسيلة أساسية في جمع المعلومات والأخبار والاتصال وهو ما أسفر عن تحول كبير في الأداء الصحفي والممارسات الصحفية للصحفيين، وازدياد الاعتماد على الانترنت صحفياً، حيث أصبح استخدامه أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي للحكم على مهاراته الصحفية، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام وسيلة جديدة تفرض عليهم تحديات صحفية من نوع مختلف عن الممارسات التقليدية، وتعلق بكيفية تطويعها لخدمة

الصحيفة المطبوعة، وارتياها كمجال صحفي الكتروني جديد. (ماجد تريان، 1999، 2008).

ويعود تاريخ بداية الصحافة الالكترونية إلى عام 1976 حيث جاءت نتيجة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثيريتي IBA ضمن خدمة تلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس Ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل racle.

وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل Prestel قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثيريتي.

وفي منتصف التسعينات ظهرت هذه الصحافة بوجه جديد وشكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المشهد الإعلامي والاتصالي اقرب لأن يكون ملكا للجميع، وفي متناول الجميع ويصبح أكثر انفتاحاً وسعة، حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء، وبأقل التكاليف، وبذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد فتحت آفاقاً عديدة وأصبحت أسهل واقرب لمتناول المواطن.

ومع العلم إن بداية الصحافة الإلكترونية كانت مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة... وتحديداً انطلقت من منتديات الحوار التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها ويكفيك أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب ورفعها لموقعك في أقل من ساعة.. ليبدأ بعدها الموقع بأثره في العمل المحدد له في جذب عدد كبير من الزوار، وقد نجحت هذه المنتديات في جذب واستقطاب المتصفحين الذين يضعون فيها آراء وأفكاراً حرة غير خاضعة للرقابة مثلما يحدث في المواقع الكبرى.. ثم ومن خلالها بدأ

أصحاب الآراء الواحدة يشكلون فيما بينهم مجموعات داخل المنتديات التي يتبادلون خلالها الحوارات.

وعلى الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ بداية أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونيا بالكامل على شبكة الانترنت عام 1990.

وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين، وأول موقع للصحافة الإلكترونية على الانترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالتو أونلاين Palo Alto جاء بعده موقع آخر في 19 يناير 1994 هو التوبالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة.

وتعد هذه الصحيفة أولى النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الانترنت.

وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت وخلال الأعوام 1994 – 1995 – 1996 زاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 368 في منتصف عام 1996.

وفي شهر نيسان عام 1997 تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعهما في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للإصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس

الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافة وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة.

وتعد صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع اسم "الحبر الورقي" والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي ((الصحف الإلكترونية)) التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحريير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الإعلام المتعدد (Multi media)، وما تحقق من تنام لشبكة الانترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة وأخذت الصحف الإلكترونية في تزايد مستمر حيث وصل عددها عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما أن حوالي 99% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت.

وعلى صعيد الصحافة العربية أعلنت صحيفة الشرق الأوسط سبتمبر 1995 عن توفر موادها الصحفية اليومية إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الإنترنت، تلتها صحيفة النهار التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة في شهر فبراير 1996، ثم صحيفتا الحياة والسفير في العام نفسه.

وتعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001م أول صحيفة إلكترونية عربية.

واليوم أصبح بإمكان متصفح الإنترنت العربي العثور يومياً على المزيد من الصحف الإلكترونية العربية الوليدة التي لم تعد أعمارها الأيام أو الأشهر.

ويقول الدكتور عبد الستار فيكي: "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الالكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الانترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما ان حوالي 99% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت".

فعلى الرغم من انخفاض نسبة قراءة الصحف بشكل عام وفقاً للدراسات في هذا المجال إلا أن عدد قراء الصحف الإلكترونية - كما تشير الدراسات نفسها - في ازدياد مستمر من 9 في المائة عام 2006 إلى 14 في المائة عام 2008، وفي الربع الأخير من العام 2008 زار مواقع الصحف الإلكترونية ما نسبته 41 في المائة من مجمل مستخدمي الإنترنت.

وأصبح قراء الصحف الإلكترونية يمثلون أكثر من ثلث قراء الصحف بعد أن كانوا أقل من الربع عام 2006، أما في البلدان العربية فيقدر عدد مستخدمي الإنترنت المتكلمين باللغة العربية بحسب إحصاءات عام 2007 بنحو 28.5 مليون، أي نحو 2.5 في المائة من تعداد المستخدمين في العالم.

إلا أن عدد مستخدمي الإنترنت الذين يستخدمون اللغة العربية شهد أكبر وتيرة نمو في تاريخه بين عامي 2000 و2007. وبلغت نسبة النمو 931.8 في المائة، مما يدل على مستقبل جيد في عالم الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي.

وهنا تطلب منا أن نتعرف على خدمتي التلكتست والفيديوتكست. (عبد الأمير الفيصل، 2006، 88).

خدمة الفيديوتكست: هي أنظمة تعرض النصوص والرسوم في شكل يشبه الكتاب الالكتروني تتميز بمميزات عديدة تتمثل في حفظ واسترجاع وكذلك الدخول بين جزيئات المعلومات المتداولة على النظام ويتميز هذا النظام بإمكانية

تخزين كمية كبيرة من المعلومات وإمكانية تحديث المعلومات بسهولة وسرعة كما أنها متاحة لأي شخص يمتلك خط هاتف وشاشة استقبال مناسبة.

خدمة التليتكست: وهي أنظمة البث غير التفاعلية التي تبثها الشركات الإذاعية على بعض قنواتها عند توقف الإرسال العادي، ويتم استقبالها إما عن طريق التلفزيون أو شاشات الحاسب.

وإذا كان نجاح خدمة التليتكست مرده الاعتماد على جهاز التلفزيون فإن نجاح الصحيفة الالكترونية مرتبط مباشرة بتوفر أجهزة الحاسوب وتطور البرامج التي تسهل الوصول إلى الانترنت والتعامل معها، وفي مرحلة التسعينات أصبح للانترنت دوراً بارزاً في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الانترنت بشكل كبير خلال عقد التسعينات. (محمود عالم الدين، 2008، 19)

ورغم أن الصحافة الالكترونية عرفت في منتصف عام 1970، عبر استخدام تقنية الفيديو تكتست إلا أن المجال لم يلق الاهتمام المطلوب من الباحثين إلا بحلول عام 1980، وجاء ظهور الصحافة الالكترونية في شكلها الحديث "استجابة للتغيرات التي شهدتها بيئة العمل الاتصال الجماهيري بظهور شبكة الانترنت التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1969، وبما ترتب على هذه الشبكة من استخدامات إعلامية ضخمة أثرت في معطيات الوسائل التقليدية وبخاصة الصحافة المطبوعة مهنيًا واقتصاديًا خاصة بعد أن استطاعت شبكة الانترنت في فترات ازدهارها التي بدأت في النصف الثاني من العقد الماضي أن تؤسس لنفسها قاعدة كبيرة من جماهير الجيل الجديد. (محمود علم الدين، 2008، 20)

ظهرت صحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف).

وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم لم تكده تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية. (محمود علم الدين، 2008، 21)

يقول شيددين "إن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الاسوسيتيدبرس، إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد انفضاض الشراكة"، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية Bulletin Board System – BBS في سنوات 1985 – 1988. (فارس المهداوي، 2007، 50)

صحافة الانترنت إذن هي نتاج لامتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية، وهي برغم عمرها القصير إلا أنها حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين، وتمكنت من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية ولجمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلنين والطبقة السياسية ومروجي الأفكار والدعاة وسواهم، لكن هذه المكاسب ارتبطت ومازالت بتطور التقنية وانتشارها وفي طبيعة الجمهور الذي يستخدمها. ويرغم أن المؤشرات حول ذلك لا

تزال غير مشجعة، إلا أن كثيراً من الباحثين جنحوا مبكراً إلى الحديث عن هزيمة الصحافة التقليدية ونهاية عصرها، بل أن فيليب ميلر تنبأ بأن عام 2040 سيشهد هجرة آخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية. (محمود علم الدين، 2008، 21)

(3) مراحل تطور الصحافة الإلكترونية⁽¹⁾؛

لقد مرت الصحافة الإلكترونية بعدة مراحل، "أطلق عليها فان كروسبي الموجات الثلاث، وطرح رؤية خاصة بمراحل هذا التطور في المؤتمر الثالث لصحافة الانترنت لعام 2001 بجامعة تكساس بأوستن، ومن ثم لخص لاري بيرو أفكار كروسبي في مقال نشره وعلق عليه وعلى أفكار أخرى طرحت في نفس المؤتمر بمجلة أون لاين جورناليزم ريفيو، ينقل بيرو عن كروسبي ما يلي:

1. في الموجة الأولى (1982 – 1992) سادت في البداية عدة تجارب للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكست، ثم آلت الأمور في النهاية إلى شبكات ضخمة مثل كيبوسيرف.
2. الموجة الثانية (1993–2001) أخذت المؤسسات الإعلامية علماً بالانترنت فبدأت بالتواجد فيها.
3. الموجة الثالثة التي بدأت قريباً جداً (أي المرحلة الراهنة) هي مرحلة البث المكثف التي تنبئ بالقوة في التطبيقات الإعلامية كما تنبئ بالربحية أكثر من المرحلتين السابقتين⁽²⁾.

لقد رسخت الصحافة الإلكترونية وجودها عبر هذا الزمن القصير نسبياً، وأصبح لها تقاليدها ومعاييرها الخاصة بها، والأكثر أهمية أنها استطاعت أن

(1) طلال ناصر أحمد العزاوي، اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمام/ كلية الآداب والتربية - قسم الإعلام والاتصال، 2011

(2) صادق، عباس مصطفى، (2005) للتطبيقات التقليدية والمستحثة للصحافة العربية في الانترنت، جامعة الشارقة، ص5

تستقطب جمهوراً واسعاً على حساب جمهور الصحافة التقليدية، هذا ما تعكسه العديد من المؤشرات كما أشار إليها جاسم جابر منها:

1. النمو الهائل في أعداد الصحف والمواقع الإخبارية ذات الصلة على شبكة الانترنت وكذلك أعداد زوار جمهور هذا النوع من الصحافة.
2. أغلب وسائل الإعلام والصحف التقليدية أنشأت لها مواقع على شبكة الانترنت، وراحت تقدم موادها وخدماتها لمستخدمي الانترنت وتفسح لهم مساحات واسعة لهذا الأمر.
3. نزوح الصحف التقليدية (المطبوعة) إلى استعارة بعضاً من خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية لغرض المواكبة والمنافسة، مثل النزعة نحو زيادة المادة البصرية أو ما يسمى بالصحافة البصرية، وكذلك طريقة تصميم وإخراج الصحف التي باتت تشبه منظر صفحاتها الأولى مواقع الانترنت من حيث الترتيب والمحتوى وأسلوب العرض، إذ تستخدم بعض الصحف أسلوب التنويه أو إشارات لما تتضمنه الصفحات الداخلية من مواضيع توضع في مربعات على الصفحة الأولى⁽¹⁾.

(4) واقع الصحافة الإلكترونية في الأردن:

❖ الأردن:

"بدأ الأردن الاتصال بشبكة الإنترنت عام 1995، عبر نقطة المجلس الوطني للمعلومات، ودخلت الخدمة لعموم المواطنين عام 1996، عن طريق شركة جلوبيال ون، وهي شركة ألمانية - فرنسية مشتركة. وقامت الحكومة الأردنية بتأسيس موقع خاص بها تحت عنوان (اسألوا الحكومة). وشهد الثلث الأخير من عام 1997 تطوراً

(1) جابر، جاسم محمد الشيخ (2009) الصحافة الإلكترونية العربية - المعايير الفنية والمهنية، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، جامعة البحرين، ص 394

مهماً لشبكة الإنترنت في الأردن، إذ سُمح لثلاث شركات خاصة بتوفير الخدمة للمواطنين⁽¹⁾.

"وبحسب موقع أريبيان بزنس، فقد تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت لعام 2010 في الأردن 2.3 مليون مستخدم، مسجلاً نسبة انتشار بين المستخدمين بلغ 38%"⁽²⁾.

أما بخصوص واقع الصحافة في هذا البلد من خلال شبكة الانترنت، فقد شهد الأردن في أواخر التسعينات من القرن الماضي مواقع إخبارية متنوعة تجاوز عددها العشرون موقعاً، ودخلت الصحافة الالكترونية على المشهد الإعلامي بشكل مباشر في منتصف عام 2000، وقد ساهمت هذه المواقع في رفع سقف حرية الرأي والتعبير، بعيداً عن الرقابة التي تعاني منها الصحف اليومية الأردنية. وتقسم الصحف الإخبارية في الأردن إلى ثلاثة أنواع هي:

1. الصحف الالكترونية التي ليس لها إصدار ورقي ومن أشهرها: وكالة عمون الإخبارية 2006، موقع السوسنة الإخباري 2007، موقع خبرني الالكتروني 2008.

2. الصحف الالكترونية من الإصدارات الورقية: إن التطورات السريعة وما أحدثته ثورة تكنولوجيا المعلومات، أدت إلى دفع معظم الصحف العربية لربط صفحاتها مع شبكة الانترنت العالمية لإيصال صورتها وهويتها عبر العالم وبعيداً عن تعقيدات الشحن وكلفته المرتفعة، وغير ذلك من الأعباء المالية والفنية، وقد قامت أغلب الصحف الورقية اليومية في الأردن إلى ربط صحفها مع شبكة الانترنت ومنها: صحيفة الرأي 1996، الجوردن تايمز 1996، الدستور 1997، العرب اليوم 2001، الغد 2004.

(1) الدنانى، عبد الملك ريمان (2000) الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، صنعاء، مركز عبادي للدراسات والنشر، ص 183

(2) موقع أريبيان بزنس، مقال: 2.3 مليون عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية في الأردن، تاريخ الدخول للموقع 1/ 7/ 2011 الساعة 19:00 (مقاح) على الرابط: <http://www.arabianbusiness.com/arabic/605941#continueArticle>

3. الصحف الإلكترونية التابعة للمؤسسات الصحفية وليس لها إصدارات ورقية؛ بدأت بعض الصحف الورقية بإطلاق مواقع لها على شبكة الانترنت، بهدف التقليل من تكلفة الطباعة ورواتب الموظفين ومشاكل الرقابة، وبهدف إيصال صوتها وهويتها إلى مختلف أنحاء العالم ومن هذه الصحف: صحيفة منبر الرأي الإلكترونية 2008، صحيفة الغد المالي الإلكترونية 2008⁽¹⁾.

5) أنواع الصحف الإلكترونية؛

المواقع الصحفية الإلكترونية في الغالب الأعم تنقسم إلى أربعة أنواع وهي؛

أولاً: صحافة الأفراد والشخصيات، وهي صحافة تحمل الطابع الشخصي، وتعكس وجهات نظر الشخصية التي أسستها، وأشرفت على تنفيذها، وهذا القسم هو أكثر الأقسام انتشاراً في الشبكة.

ويتسم هذا النوع بالسمات الآتية:

1. هو جهد يدخل في إطار الدعاية لمالك الصحيفة، حتى وإن ادعى مالكيها الحيادية والنزاهة، والقصد بالدعاية ترويج اسم المؤسسة، والحصول على منافع إعلانية مالية.
2. يدخل هذا النوع من الصحافة في إطار (الارتجالية) الخالية من التخطيط المسبق، وتصبح الصحيفة منبراً للأتباع والمريدين، وتغدو شخصية المؤسسة هي الطاغية في مجمل العمل الصحفي، وهذا بالطبع يضعف أبرز مبادئ وركائز العمل الصحفي كالحيدة والموضوعية والتوازن .
3. لا يتقيد هذا النوع بأبرز القوانين والمواثيق الصحفية، بل إنه (من منطلق جلب المنافع) يقوم بالبحث عن الإشكالات والمنازعات، وقد يعمد لإثارة الفتنة للحصول على الانتشار .

(1) الرحباني، عبيد شفيق (2009) استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن، رسالة ماجستير (منشورة) الأردن، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، ص ص 24- 33

4. يعتبر دور هذا النوع في مجال التثقيف والتوعية دوراً محدوداً للغاية، لأنه يظل دائماً البحث عن الاستقطاب لغرض الرفع الشخصية، حتى ولو كان الثمن هو نشر الخرافات والأباطيل بين جمهور القارئ.

5. لا تلتزم غالبية هذا النوع بحقوق الملكية الفكرية، بل تسعى لسرقة الحقوق والملكية الفكرية، لغرض تكثير رواد الموقع الصحفي.

ثانياً: صحافة التكتلات والتجمعات، وتشمل الجمعيات والمؤسسات والروابط الأهلية والشعبية، وهذا النوع يشارك النوع الأول في كثير من السمات السابقة، وهو يختلف عن النوع الأول في بعضها منها:

1. التركيز على الدعاية للرابطة والجمعية كبديل عن الاسم الشخصي، وما يتبع ذلك من نشر المبادئ الأساسية للجمعية والرابطة أو التكتل.

2. وضوح الدعاية بمختلف أنواعها وأشكالها لجهات دعم هذه الرابطة أو الجمعية.

3. استخدام الموضوعات الصحفية كخادم للفكرة، وفي كثير من الأحيان، تحويل الموضوعات الصحفية لخدمة أهداف الرابطة أو الجمعية.

4. تبدو جرعات التثقيف والتوعية في هذا النوع من الصحافة أفضل من النوع الأول السابق.

ثالثاً: صحافة الماكياج الورقي، وتعني الصحف الورقية التي افتتحت لها مواقع إلكترونية لغرض جلب الدعاية للمطبوعات الورقية، وهذا النوع يختلف عن النوعين السابقين فيما يلي:

(1) تخصيص الموقع الإلكتروني لغرض الدعاية للمطبوع الورقي، فتُحجب مواقع كثيرة تفصيلات الأخبار والمقالات المهمة، حتى يضطر القارئ لشراء الصحف الورقية، أو دفع اشتراك نظير قراءته للموضوعات والتقارير الصحفية المحجوبة.

(2) جعل الموقع الإلكتروني خادماً فقط للصحيفة الورقية، فتدخل رئاسة الصحيفة، عن تعيين طاقم صحفي مستقل للموقع الإلكتروني، وتتبعه لرئاسة تحرير الصحيفة الورقية نفسها، مما يجعلها ترى نفسها بمراياها الخاصة فقط.

(3) إن تأثير هذا النمط في مجال التوعية والتثقيف العام محدود أيضاً، والسبب يعود إلى أن الغاية الرئيسة منه هي الدعاية والإعلان بالدرجة الأولى.

رابعاً: الصحافة الحزبية والسلطوية، وهي مجموعة المواقع التي تشرف عليها الأحزاب والمؤسسات والدوائر والوزارات الحكومية في النظام الإعلامي السلطوي.

وهذا النوع يشارك الأنواع السابقة في بعض الخصائص السابقة، ولكنه يختلف عنها في السمات التالية:

- أ. يمكن تمييز هذا النوع بسهولة من خلال الشعارات والعناوين والأسماء الواردة في الموقع، ويمكن معرفة تبعيته للسلطات والأحزاب.
- ب. يمنع هذا النوع (التفاعلية) الحرة على الموقع، والتي تتمثل في آراء المتابعين والقارئ، أو يقوم بتزييف الآراء، لغرض مدح السلطات صاحبة الموقع.
- ج. معالجة المشكلات من خلال رؤية الحزب، وتحريف الأحداث والأخبار الصحفية لتخدم الحزب أو السلطة صاحبة الموقع الصحفي الإلكتروني.
- د. يعتمد استمرار الموقع وبقائه على الدعم المالي المستمر للجهات الرسمية والحكومية صاحبة الموقع.
- هـ. إجبار الشركات والمؤسسات الوطنية على وضع إعلاناتها في الموقع، لغرض تمويله والحفاظ على بقاءه⁽¹⁾.

(1) أبو شمرة، توفيق، أسباب تألق وانطفاء المواقع الصحفية الإلكترونية بسرعة، تاريخ الدخول للموقع 28/2/2011 الساعة 22:35 (متاح) على الرابط: <http://www.alhiwar.net/ShowNews.php?Tnd=10169>

(6) بداية الصحافة الالكترونية بدون الورقية:

أما عن بداية صدور الصحافة الالكترونية دون الورقية فقد كانت في شهر نيسان عام 1997 "تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، فصدرت الصحيفتان على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للإصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافة وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة". (محمود علم الدين، 2008، 26).

وأتوقع أن هذه التجربة أبرزت خاصية النشر الالكتروني دون الأصل الورقي، الأمر الذي جعلهم يشعرون بشيء جديد، ناهيك عن القراء الذين أقبلوا على الالكترونية بشكل أكبر.

في عام 1999 ظهرت عبر الانترنت موجه (الدوت كوم)، والتي يقصد بها الشركات التي ظهرت وتأسست لكي تعمل عبر الانترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وتشكلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام، عرفت باسم بوابات الانترنت الصحفية وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثة والنشرات البريدية الالكترونية وخدمات البريد الالكتروني وخدمات البحث في الأرشفة، وحالياً تجسد هذه البوابات نموذجاً للصحافة الالكترونية التي تمارس عبر الانترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة، الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً وغنياً يمكن الاقتراب منه وفقاً للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمات والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه. (زيد سليمان، 2009، 13).

(7) الصراع بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية:

قبل أن ينتهي عقد التسعينات كانت عشرات الصحف في العالم وخصوصاً الكبرى منها قد أسست لنفسها مواقع على شبكة الانترنت وبدأت بإصدار نسخ الكترونية من طبعاتها الورقية التي بقيت محتفظة بمكانها دون أن تسجل تراجعاً جدياً في أرقام توزيعها اليومية وقد غدا من النادر الآن أن توجد صحيفة تصدر مطبوعة دون أن يكون لها نسختها الالكترونية.

وقد شجع انتشار تقنية الانترنت والحاسوب ورخص أثمانها وسهولة استخدامها الصحف على إصدار نسخها الالكترونية وذلك لتحقيق فوائد عدة فهي من ناحية تستخدم للترويج والإعلان لطبعاتها الورقية، وهي من ناحية ثانية بقرائها المتسربين إلى الوسائل الأخرى، وهي ثالثاً تضمن آفاق جديدة للتوزيع والانتشار تتجاوز المتاح لطبعاتها الورقية بسبب قيود الرقابة والنقل والإمكانات المالية.

لكن إدارات الصحف سرعان ما وجدت أن النسخة الالكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبي احتياجات القراء حيث ظهر أن 10% فقط من زوار موقع الصحيفة على شبكة الانترنت يهتمون بموضوعات الطبعة الورقية، فيما يبحث 90% عن معلومات جديدة، وهكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحرير خاصة لمواقعها الالكترونية تتولى تحرير صحيفة مختلفة بنسبة تتجاوز الـ 60% من النسخة الورقية، مستفيدة في ذلك من المزايا الكبيرة التي توفرها تقنية الانترنت من حي كمية المعلومات الممكن تقديمها، والمساحة غير المحدودة للموقع الالكتروني وهي ميزة أنهت مشكلة المساحة التي كانت من أهم المشاكل الفنية التي واجهتها الصحافة المطبوعة. (محمود علم الدين، 2008، 24).

(8) ظهور المواقع الإخبارية الإلكترونية؛

إن بروز ظاهرة الصحافة الإلكترونية وطغيانها عبر شبكة الانترنت حفزت الأجواء لانطلاق شكل آخر جديد من الصحافة أطلق عليه (المواقع الإخبارية الإلكترونية) ورغم دلالات هذا الاسم إلا أنها لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الإلكترونية تبويباً وكذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها وأسلوب تحرير موادها وقد عرف عن هذه المواقع استقلاليتها وعدم تبعيتها أي صحيفة أخرى وهي ثمرة من ثمرات الفضاء التفاعلي، ويلاحظ أن هذه المواقع أثبتت نجاحاً وحضوراً فاعلاً إلى درجة أن بعضهم تشجع واندفع باتجاه إصدار مجلات أو نشرات أو صحف ورقية ومنها صدور مجلة التقنية والتي صدرت إلكترونياً ثم صدر العدد الإلكتروني منها بعد ذلك وهذا ما أطلق عليه البعض بالهجرة المعاكسة. (عبد الرزاق الدليمي، 2011، 214).

ويلاحظ أن الصحف الإلكترونية تميز نفسها عن المواقع الإخبارية من خلال وجود الترويسة التي تتضمن اسم الصحيفة وتاريخ الإصدار إلا أن أغلبها لا يشير إلى اسم رئيس التحرير أو إلى الجهة التي تقف وراء هذه الصحيفة، ونلاحظ اليوم أن هناك ابتكارات وتغيرات تحاول كل أنماط النشر الإلكتروني استغلالها لتمييزها عن غيرها ولجذب أعداد أكبر من المتصفحين لها علماً بأن كثير من هذه الصحف والمواقع درجت على إشراك المتصفح وفتح الحوارات معه والسماح له بإبداء آرائه فيما ينشر من موضوعات. (عبد الرزاق الدليمي، 2011، 215).

(9) مراحل تطور بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت؛

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت فقد تطور حسب Pavlik عبر ثلاث مراحل؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الانترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائداً.

المرحلة الثانية يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتواءم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الأول.

أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر.

وعن مراحل تطور صحافة الانترنت يحدد لاري بيرور في مقال نشره بمجلة أونلاين جورناليزم ريفيو أن الصحافة الإلكترونية مرت بثلاث موجات رئيسية في مسيرة الوصول إلى الواقع الحالي: (علي عواض، بدون سنة، 7).

- في الموجة الأولى (1982 – 1992) سادت في البداية عدة تجارب للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديوتيكس، ثم آلت الأمور في النهاية إلى شبكات ضخمة مثل كمبيوسيرف.
- الموجة الثانية ابتداءً من 1993 أخذت المؤسسات الإعلامية علماً بالانترنت فبدأت بالتواجد فيها.
- الموجة الثالثة التي بدأت قريباً جداً في مرحلة البث المكثف التي تشي بالقوة في التطبيقات الإعلامية كما تنبئ بالريحية أكثر من المرحلتين السابقتين.

(10) فئات الصحافة الإلكترونية:

صنفت الصحافة الإلكترونية على شبكة الانترنت إلى ثلاث فئات هي:-

1. المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية كالصحف وبعض الفضائيات، ويندر أن تحدث هذه المواقع خلال اليوم ولا يعمل بها صحفيون إنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني.

2. المواقع الإخبارية كالبوابات الإعلامية، وهي مواقع الالكترونية متخصصة تنشر أخبارا وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصا للنشر على شبكة الانترنت وتحديث على مدار الساعة.
3. الصحف الالكترونية البحتة التي ليس لها صحيفة مطبوعة وتدار عادة بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار كافة من سياسة واقتصاد واجتماع وفن.... الخ.

11) الصحفيون والتطورات التكنولوجية الراهنة.

يرى "جون بافيليك John Pavlik" في مقال له بعنوان "الرسول هو وسائل الإعلام: وسائل إعلام جيدة، قواعد جديدة" أن شبكة الانترنت تشكل تحديا ضخما لمؤسسات الإعلام التقليدية، وهو تحدي من نوع جديد يساعد الجمهور ويعيد تحديد دور الصحفيين في المجتمع⁽¹⁾ ويضيف "إيدن وايت": "أن الصحفيين يجب أن يكونوا على حذر، وهم في عجلة للحاق بالأحداث المهمة. حتى لا يتأثرون بالتحيزات البغيضة للمعتوهين أو تخدعهم المعلومات الزائفة التي تنشر حول الانترنت"⁽²⁾.

لقد ألغى الصحفيون الجدد الذين اتخذوا من صفحات الواب مساحات لنشر أخبارهم كل القواعد التي قامت عليها الصحافة، كما أزاحوا من طريقهم كل النظريات التي توجه العمل الصحفي في مختلف وسائل الإعلام التقليدية.

بالفعل، أصبح الصحفيون العاملون في الصحف الالكترونية معترفا بهم لكونهم يشتغلون في مهنة الصحافة تماما كما هو الحال بالنسبة للصحفيين التقليديين. فلا فرق بينهم سوى في الحامل الذي يعملون عليه، وأصبح بإمكانهم الحصول على بطاقة المهنة. وعلى سبيل المثال، في سنة 2001 صرحت لجنة بطاقات الصحفيين (CCJP) بأنها قدمت الآلاف من البطاقات المهنية منها 600 بطاقة

(1) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، السحاب للنشر والتوزيع، ص 283-284.

(2) نفس المرجع، ص 286.

للصحفيين العاملين على الصحف الإلكترونية. وهذا يعني اعترافا حقيقيا بالصحفيين العاملين على الصحف الإلكترونية، مثلهم مثل صحفي الصحافة المكتوبة و يملكون نفس الحقوق، وربما نفس الواجبات، ولكن منح بطاقة مهنية لصحافة الجريدة الإلكترونية يتم وفق شروط معينة، وهي كما يلي:

- أن تكون 51 بالمائة من مداخله تأتي من العمل في الصحافة.
- أن يتوفر في مديره أو الهيئة التي يعمل فيها مواصفات المؤسسة الصحفية التي تطبق قوانين الصحافة⁽¹⁾.

(12) مظاهر الصحافة الإلكترونية:

على الرغم من أن المداخل والأنواع المختلفة للصحافة الإلكترونية تحمل قدرا واضحا من التباينات في التوجه والانتماء، إلا أن جميعها يشكل ظاهرة واحدة.

يفترض أن تسير وفق مسار أو منهج واحد تقريبا في العمل، بغض النظر عما إذا كان من يقوم بهذا النشاط مؤسسات ودور صحفية ومحررون محترفون أو منظمات غير صحفية أو صحفيون هواة أو خلاف ذلك، لأن المسار نابع من طبيعة الإنترنت كشبكة معلومات إلكترونية، وما تتيحه هذه الشبكة من إمكانيات وأدوات غير مسبقة في ممارسة العمل الصحفي، وما تفرزه أيضا من تحديات. فقد برزت مظاهر جديدة للصحافة الإلكترونية شكلت امتدادا لمسيرة هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة وهذا ما رأيناه من خلال ما يلي⁽²⁾:

(1) ماجد راغب الحلو، مرجع سابق، ص 83.

(2) جمال غيطاس، الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين...

1. الامتدادات الإلكترونية لوسائل الإعلام (مواقع الصحف والقنوات الفضائية والمجلات).

في ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الإنترنت كوسيلة للإعلام والحصول على الأخبار ومتابعة ما يجري عالمياً، تعين على الصحف المطبوعة أن تنشئ لنفسها مواقع إلكترونية تخاطب بها جمهور الإنترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالمياً، وتستخدم كوسيلة لامتناس واستيعاب صدمة المنافسة الناشئة عن اقتحام هذا المجال. ويؤخر هذا المدخل بالعديد من النقاط الجديدة بالمناقشة مثل مستوى الجودة في الموقع من حيث التصميم والتبويب، ودورة تحديث البيانات بالموقع، والخدمات المقدمة عليه وغيرها، وتحمل هذه الجوانب وغيرها قدراً من الشراء خاصة فيما يتعلق بمواقع الصحف العربية التي لم تدرس بالقدر الكافي رغم أن متابعتها واردة.

2. الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية):

في عام 1999 ظهرت عبر الإنترنت موجة "الدوت كوم"، والتي يقصد بها الشركات التي ظهرت وتأسست لكي تعمل عبر الإنترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع. وظهرت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، شملت السياحة والسفر والتجارة الإلكترونية والمجالات العلمية والصناعية وأيضاً المجال الإعلامي والصحفي. فتشكلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام، وعرفت باسم بوابات الإنترنت الصحفية، وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثات والنشرات البريدية الإلكترونية وخدمات البريد الإلكتروني وخدمات البحث في الأرشيف. وحالياً تجسد هذه البوابات نموذجاً للصحافة الإلكترونية التي تمارس عملها بالكامل عبر الإنترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة. الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً وغنياً، يمكن الاقتراب منه وفقاً

للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمات، والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه.

3. الصحف الإلكترونية التليفزيونية (قنوات المعلومات):

تعد قنوات المعلومات عبر التليفزيون أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة التي لا يمكن إغفالها، حتى وإن كانت لا تحظى بنفس القدر من الاهتمام الذي تحظى به أنواع الصحافة الإلكترونية المرتبطة عضوياً بشبكة الإنترنت، فهي عملياً تقدم نوعاً من الصحافة المقروءة على الشاشة، يستخدم فيه العديد من الفنون والمهارات الصحفية المعروفة، خاصة فن الخبر والتقرير وإن كانت تعتمد على السرعة والتركيز في العرض، مع تنوع الاهتمامات والمزج ما بين المادة الخبرية وبعض الخدمات الحياتية المختلفة، وقد تكون أبرز قيمة مضافة يقدمها هذا النوع من الصحافة الإلكترونية هي الانتشار الواسع الذي ربما يفوق انتشار الصحف المطبوعة والإلكترونية أحياناً، بحكم أنها تبث عبر وسيلة توصيل أوسع انتشاراً وأكثر إتاحة وهي جهاز التليفزيون.

4. الامتدادات الإلكترونية للمؤسسات غير الإعلامية:

لقد أشرنا آنفاً إلى أن الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الإنترنت فتح المجال واسعاً أمام العديد من الجهات غير الصحفية والإعلامية، لكي تمارس بنفسها وبشكل مباشر النشاط الصحفي بشكل أو بآخر. لذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية ومنظمات محلية ودولية، وحركات سياسية وعسكرية بل وحكومات ودول، جميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع، تشمل الخبر والرأي والتقارير المكتوبة والمصورة والتحليلات ولقطات فيديو وتسجيلات حية وساحات النقاش والحوار وغيرها، مما يجعلنا أمام مظهر مستقل قائم بذاته من مظاهر الصحافة الإلكترونية، تمتزج فيه السياسة والعلوم والاقتصاد بالصحافة، وتتلشى فيه الحدود بين مصدر المعلومة والجهة القائمة على بثها ونقلها.

(13) خصائص وسمات الصحافة الالكترونية:

تتسم الصحف الالكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية، التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر الالكتروني، "واهم هذه الخصائص الاتصالية للصحافة الالكترونية هي:

1. التفاعلية: حيث لا تعد التفاعلية سمة للوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه، وهي في الصحف الالكترونية بمثابة نقطة التقاء بين الاتصال المباشر، والاتصال الوسطي، والاتصال الجماهيري، ويمثل هذا النمط في الاتصال المواقف الاتصالية التي ينتج عنها تبادل الأدوار بين المشتركين فيها وتأثر كل طرف بمعطيات الطرف الآخر والأطراف الأخرى. ويؤكد (هريت) على إن الصحافة الالكترونية تعد من الصحف التفاعلية لأنها تتميز بفتح المجالات للحوار والمناقشات في مختلف أنواع القضايا والموضوعات بفضل إفادتها من التقدم التكنولوجي الرقمي الذي يدعم الحوار ويثري قنواته.

2. العمق المعرفي: تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الالكترونية بالعمق المعرفي والشمول، ويتهى ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الالكترونية شأنها في ذلك شأن كل المواقع الالكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة. وإلى جانب ذلك يتوافر في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الالكترونية قدر معرفي مناسب، حيث تعمل هذه الصحف (عبر ما تقدمه من خدمات إضافية) على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الإحداث، وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الالكتروني المستخدم في تصميم الصحف الالكترونية، بانتقال القراء (بمجرد الضغط على إيقونة خاصة بذلك) إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها.

3. المباشرة أو الفورية: ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية لخدمات إخبارية آنية، تستهدف إحاطة مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات لملاحظة تطورات الأحداث المتلاحقة. وهناك من يطلق على الصحيفة الإلكترونية بالصحيفة الفورية إشارة لإمكانية نقل الأخبار والأحداث المختلفة فور وقوعها، كما إن الفورية التي تتسم بها الصحيفة الإلكترونية يصاحبها مرونة غير مسبقة في الاستفادة من هذه الفورية وتطبيقاتها، وهو ما يظهر في قدرتها على تحديث محتواها، ونقل الأخبار المهمة فور وقوعها، مقارنة بوسائل الإعلام الإلكترونية التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون، والتي تتسم بالفورية (إلى حد ما) وهو ما يجعل فورية هذه الوسائل في عرض الأخبار المهمة منقوصة، لأن إضافة مادة جديدة طارئة تقتضي وقف نقل أو عرض بقية المواد. كما أنه لا يمكن تحديث المحتوى ككل في أكثر من اتجاه، لأن الوسيلة التقليدية (إذاعة - تلفزيون) لا تستطيع إن تقدم للمتلقي سوى عنصر واحد في اللحظة نفسها.

4. التحديث المستمر للمضمون المقدم: ينطوي عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم، وذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الإلكترونية نشر المعلومات، واستكمالها، وتصحيحها، وتحديثها بشكل دائم، فتنحول بذلك المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور.

5. سهولة التعرض: تعد سهولة التعرض إحدى أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسائل الاتصالية، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي لا تحتاج إلى بذل جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها، حيث أصبح الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب، وتتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الإلكترونية من خلال التزام مضمونها بسمات تحريرية مميزة تركز على الوضوح

والاختصار، إضافة إلى إفادة هذه الصحف من الوسائط المتعددة لدعم ما تقدمه من مضامين⁽¹⁾.

6. استخدام الوسائط المتعددة: هناك إمكانيات هائلة توفرها شبكة الانترنت كاستخدام الوسائط المتعددة وهي بدورها ذات قيمة عظيمة لو أحسن استخدامها، لأنها توصل إلى تقديم محتوى فائق الجودة يفيد المستخدمين ويلبي احتياجاتهم بخلاف ما إذا كانت بلا هدف وظيفي، وتطبيقات الوسائط المتعددة ذات إمكانيات متزايدة خاصة إذا نظرنا إلى مسألة الالتحام بين تكنولوجيا الويب والتلفزيون كما هو الحال في الخدمات الجديدة التي أتاحت مسألة الاتصال بشبكة الانترنت وعرض محتوياتها من خلال جهاز التلفزيون ومن هذه الخدمات Netchannel Direct، ومن هنا تتجاوز فكرة الصحافة الإلكترونية من كونها صحافة إلى كونها عالماً تكنولوجياً مختصراً بديلاً للعالم الخارجي، وهذا يعني أن الدخول إلى الموقع الصحفي الإلكتروني لا يعني مجرد الدخول إلى خبر أو تعليق أو مادة صحفية، بل يعني الدخول على عالم خاص مهياً للمستخدم متعدد النوافذ، كلما دخل نافذة ألقت به شعبته إلى نافذة أخرى فثالثة فرابعة وهكذا، إنه عالم شخصي جداً ولكنه أيضاً عالم منفتح على الكون الخارجي بوسائل أكثر فاعلية⁽²⁾.

7. الحدود المفتوحة: يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيوداً تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف على ذلك أن تكنولوجيايات الانترنت، خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة

(1) النديمي، عبد الرزاق محمد (2011) الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص 221-227

(2) فهمي، نجوى عبد السلام، مرجع سابق، ص 222

من معلومات. فإذا كان قارئ الصحيفة المطبوعة يتعامل مع نص صحفي مغلق ينتهي تدفق المعلومات بداخله بمجرد وصول القارئ إلى الكلمة الأخيرة في الخبر أو الموضوع المنشور بالصحيفة، فإن قارئ الصحيفة الإلكترونية يتعامل مع نص مرتبط بمجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المتصلة به بشكل أو بآخر، والتي تتيح تفاصيل معلوماتية إضافية قد يستخدمها أو لا يستخدمها القارئ، ولكن لا بد أن تكون موجودة وقائمة⁽¹⁾.

8. الأرشيف الإلكتروني الفوري: الأرشيف الإلكتروني الفوري: تتيح الصف الإلكترونية إمكانية استخدام الأرشيف الخاص بها، وهي بهذا تقدم مخزوناً وافراً من المعلومات حول نقطة واحدة وفي ثوان معدودة، بل ويميزات أخرى تميزها عن فكرة الأرشيف التقليدي وكأنها تقدم للمستخدم حافظة في جيبه لمعلومة ترد على خاطره ينقب عنها بأيسر الطرق وأكثرها فاعلية، وبهذا يعتبر الارتداد إلى الوراء هو أسرع طريقة للسير إلى الأمام في التعامل مع الخبر أو المادة موضع التعامل والتفاعل، هذا الأمر لا يخلو من بعض الملاحظات الجديرة بالتوقف أمامها وهي:

(أ) الأرشيف الإلكتروني هو أرشيف عملاق الإمكانيات، بمعنى أنه متنوع ما بين مواد صوتية ولقطات فيديو وصور ونصوص سابقة، كل هذا هو سهل الاستخدام تحت يد المستخدم على ما فيه من تنوع وثراء.

(ب) يحتفظ الأرشيف الإلكتروني بمادة غزيرة جداً تفوق أضعافاً مضاعفة الأرشيف التقليدي.

(ج) الأرشيف الإلكتروني يوفر ما يمكن تسميته بالطبقات الصحفية المتراسة للخبر الواحد تحت يد الباحث أو المستخدم، وهذا يعني أنها تتغلب على مشكلة المساحة المحدودة والضيقة ذات الأطر الحديدية في الصحف الورقية، فالأرشيف الإلكتروني هنا يوفر مساحات لا متناهية لنشر المعلومات

(1) غريب، سعيد (2001) الصحيفة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 12.

والأخبار ويتحرر من بعض القيود في الصحف الورقية، وهذا ما شجع بعض الباحثين الأجانب على إطلاق مصطلح جديد في ظل هذه الثورة الصحفية هو الصحافة التفسيرية التي تعني توفير أكبر قدر ممكن من مصادر المعلومات ومستوياتها لمن يريد⁽¹⁾.

9. أحدثت تقنيات الصحافة الإلكترونية تطوراً جوهرياً في ميدان الصحافة، حيث منحت عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام، وخصوصاً بالنسبة للصحافة، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية⁽²⁾.

10. الشخصية: لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حده، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادراً على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه وبإمكانه أيضاً تعديله وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه⁽³⁾.

11. العالمية: قدرة الصحف الإلكترونية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت، وبذلك فإن صحفاً ورقية مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الإلكترونية صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال

(1) غازي، خالد محمد، (2009) الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، أطروحة دكتوراه (منشورة) كلية الإعلام، جامعة phu الأمريكية، ص 240-241

(2) خليل، محمود (1997) الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ص 33

(3) غبطاس، جمال، مرجع سابق

تقنية متقدمة ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة. ولأن الإرسال عبر الانترنت سيعني بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن إمكانياتها ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية، فإن البعض بات يتساءل بجديّة عما إذا كان يصح إطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات الكترونية⁽¹⁾.

12. التمكين: تعمل الصحافة الإلكترونية على تمكين الجمهور من تبسيط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي، سواء أكان ذلك أخباراً، أم تقارير، أم تحليلات. فالمصادر متعددة والقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى فيها معلومات متعددة ويمكنه الاختيار منها ما يشاء⁽²⁾.

ويرى الباحث إن تقنية الصحافة الإلكترونية توفر إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، وهناك بعض البرامج تسجل اسم وعنوان أي زائر، ومثل هذه الإمكانيّة توفر للمؤسسات المعنية والدارسين إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم، حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر، ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الإلكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الإطلاع عليه، وتشمل هذه الإمكانيّة بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً على صفحات الصحيفة الإلكترونية.

(1) شريف، أسامة محمود (2000) مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، عمان، بحوث الندوة العلمية

للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، ص 69

(2) الدليمي، عبد الرزاق محمد، مرجع سابق، ص 232

(14) عيوب الصحافة الالكترونية:

1. الحاجة للسرعة في الأخبار الالكترونية: السرعة سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة الى النجاح العارم وقد تدفعه الى الخسارة.
2. وفرت الصحافة الإلكترونية بيئة خصبة لانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والملفقة بسرعة فائقة وغير معهودة في الصحافة المطبوعة، وذلك لأنها أي الصحافة الإلكترونية تعيش عبر الإنترنت كوسيط قائم على آليات فائقة السرعة في نقل وتبادل المعلومات على نطاق واسع.
3. عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات: الشك لا يزال يحيط بالمعلومات التي ترد عبر الانترنت، والثقة لا تزال أكبر بالمعلومات والأخبار التي تنشر في الصحف.
4. الإعلام الإلكتروني يتطلب من الشخص الجلوس خلف حاسب آلي، مربوط بالإنترنت، وهو ما يفقد الشخص حرية الحركة والقراءة في الأوضاع الأخرى، على نقيض الصحيفة والمجلة وغيرها. تصفح الصحف الالكترونية متعب ومرهق للعين ومضرب بحاسة البصر.
5. فقدان المصداقية لدى الكثير من الناس بهذا الإعلام، بسبب النقل الغير أخلاقي.
6. خدمات الإنترنت السيئة التي لا تزال منتشرة في العالم العربي على نطاق واسع، ما يعني البطء والملل لدى المتلقين.
7. التكاليف المرتفعة التي يدفعها الناس للوصول إلى الإنترنت.
8. الأمية الإلكترونية المنتشرة في المجتمعات العربية ودول العالم الثالث، حيث يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية حوالي 7.5% من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط في حين يصل في بعض المناطق مثل أمريكا الشمالية إلى 67.4% وأوروبا إلى 35.5% طبقاً لأحدث الإحصائي.

(15) أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني.

إن وجود الصحافة الإلكترونية قد أثار عدة قضايا وطرح عدة تساؤلات يتمثل أهمها في ما يلي:

1. قضية الرقابة على المادة الصحفية المنشورة إلكترونياً.
2. قضية حرية الصحافة من حيث اعتبار النشر الإلكتروني دعماً لمبدأ حرية الصحافة بعيداً عن المعايير التي يلتزم بها الصحفي في الصحافة التقليدية.
3. هل يكون النشر الإلكتروني منفذاً للممنوعين من إصدار صحف مطبوعة لمختلف الفصائل السياسية؟
4. هل سيلغي النشر الإلكتروني مصطلحات الصحف التقليدية كالصحف الإقليمية التقليدية، والمحلية والوطنية، الخ؟
5. هل ستصبح الصحف الإلكترونية بديلاً لكثير من قراء الصحف الورقية فينخفض بذلك تأثير هذه الأخيرة على قرائها، وتقضي بالتالي على الصحافة التقليدية؟
6. هل ستلغى علاقة النشر عبر الشبكة بحقوق المؤلف والرقابة على المصنفات؟
7. هل تحقق الصحف الإلكترونية التزامها بالمعايير الأخلاقية؟⁽¹⁾.

إن ما سبق من هواجس، يعتبر جملة من الانشغالات التي تشغل بال الباحثين والمهنيين وصناع القرار في الكثير من البلدان. ويمكن أن نضيف من جهتنا هل سيبقى التنافس مقتصرًا على الصحافة التقليدية في ظل تجدد خدمات الواب وحدائتها؟ أم أن هناك وسيلة أخرى ستفرض نفسها في المستقبل القريب؟ وهذا ما سنتطرق إليه لاحقاً.

فمثل هذه التساؤلات المشار إليها أعلاه، يعمل الإعلاميون على الإجابة عليها في ظل ما نعيشه من تطورات تكنولوجية كل يوم، لهذا عملت "هيئة تحرير

(1) حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني، حسين شفيق، للوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر، ص52-53-54.

راديو عمان" مثلاً، على وضع مبادئ لخدمة الصحافة الإلكترونية وصحفييها، بهدف دعم المقاييس والمعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية - إذاعة وتلفزيون وصحافة انترنت - وتعزيز فهم الجمهور وثقتهم بها، وتقوية مبادئ الحرية الصحفية في جمع وتوزيع المعلومات. ولهذا، يرى الكثير من المهتمين أنه يتعين على الصحفيين الإلكترونيين العمل كأمراء على مصلحة الجمهور، وأن يبحثوا عن الحقيقة، ونقلها بإنصاف وصدق واستقلالية، وأن يتحملوا مسؤولية أعمالهم للحفاظ على المصلحة العامة.

من هذا المنطلق، يمكن القول أنه يجب على كل صحفي إلكتروني أن يشعر ببعض المسؤولية الاجتماعية والتي يمكن تحديدها في النقاط التالية:

- أن يدرك الصحافي أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.
- أن يدرك بأن خدمة المصلحة العامة تستوجب الالتزام بعكس تنوع المجتمع وحمايته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث.
- توفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- العمل من أجل جعل النشاطات التجارية الخاصة والعامة علنية.
- أن يسعى وبإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة، وفي سياقها، وعلى أكمل وجه دون تشويه مع اجتناب تضارب المصالح.
- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى دون سرقة من الغير ودون كذب.
- عدم التلاعب بالصور والأصوات وإعلام الجمهور إن سبق عرضها.
- التعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق، وأن يظهر تعاطفاً خاصاً مع ضحايا الجرائم أو المآسي والأطفال.
- إعداد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على انحياز شخصي.
- احترام الحق في محاكمة عادلة للمتهمين.

- التعريف بمصادر المعلومات كلما أمكن ذلك. ويمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة، أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها. وفي هذه الحالة يجب عليه الالتزام بحماية المصدر السري.
- أن يستخدم الأدوات التقنية بمهارة وتفكير، متجنباً التقنيات التي تشوه الحقائق، وتزور الواقع، وتخلق إثارة من الأحداث مع الإشارة إلى الرأي والتعليق.
- أن لا يشارك في نشاطات قد تؤثر على صدقية واستقلالية الأخبار.
- جمع ونقل الأخبار دون خوف أو تفضيل، ومقاومة بشدة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية، من ضمنها المعلنين ومصادر المعلومات وعناصر الخبر والأفراد ذوي النفوذ والجماعات ذات المصالح الخاصة.
- مقاومة أية مصلحة شخصية أو ضغط من الزملاء يمكن أن يؤثر على الواجب الصحفي وخدمة الجمهور حتى لو كان مالك المؤسسة لأن هذا من حقوق حرية الصحافة.
- السعي للحصول على دعم أوفر لفرص تدريب الموظفين على صناعة قرار أخلاقي.
- الالتزام بمسؤوليته اتجاه مهنة الصحافة الإلكترونية⁽¹⁾.

16) الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية:

يرى عبد الرزاق الدليمي أن الصحافة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات منها:

1. تعاني العديد من الصحف الإلكترونية صعوبات مادية وتسديد مصاريفها.
2. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤيا المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الصحافة.

(1) هيئة تحرير رايو عمان نت، أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية...

3. غياب الأنظمة واللوائح والقوانين الرقابية.
4. عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات لعدم الإيمان المطلق للمؤسسات والشركات بها.
5. الحاجة للسرعة في الحصول على الأخبار.
6. عدم القدرة على التأكد من صحة مصادر المعلومات⁽¹⁾.

ويرى الباحث إن العديد من الصحف الإلكترونية بدأت تتجاوز المشكلات المادية التي كانت تعاني منها وذلك من خلال تمويل ذاتها بالإعلانات والاشتراكات ضمن الخدمة الإخبارية التي تتيحها لمستخدميها، وبدأت هذه الصحف تضع لنفسها نظاماً وأسلوباً يميزها عن الصحافة المطبوعة، حيث بدى للعديد منها مراسليها الخاصة بها لتنفرد بالخبر الصحفي وتتفادى الاعتماد على القنوات الفضائية ووكالات الأنباء في الحصول على الأخبار.

17) التطورات التي أوجدها ظهور الصحف الإلكترونية:

أدت التطورات التكنولوجية إلى ظهور تطور فني وعملي كبير في حقل الصحافة الإلكترونية، ويمكن الوقوف على هذا التطور من خلال بيان الآتي:

1. تطور خاص بالصحفي:

"ظهر ما يسمى الصحفي "الإنترنتي"، وهو الصحفي الذي يحرر الأخبار على شبكة الإنترنت فقط، ولا يعمل أصلاً في صحيفة مطبوعة"⁽²⁾.

(1) هيئة تحرير راديو عمان نت، أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية ، ص 104

(2) محمد فضلى، الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، بدون طبعة (القاهرة، بدون دار نشر، 2005) ص 164.

مواصفات الصحفي الإلكتروني:

الصحفي الإلكتروني هو الصحفي الذي يمكنه التعامل والكتابة للصحفية الإلكترونية، وظهر امتداداً للتطورات التي أحدثتها الصحافة الإلكترونية في الصحافة وتحرير الخبر، وامتد ليشمل صانعي الأخبار ومحرريها، ويمكن الوقوف على مواصفات الصحفي الإلكتروني على النحو الآتي⁽¹⁾:

- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، وعلى وجه الخصوص برنامج الكتابة، وبرنامج الصور الذي يستخدم لإدخال الصور على الحاسوب وإدخالها إلكترونياً إلى الصحيفة.
- التعامل مع شبكة الإنترنت بحيث يعرف الصحفي الإلكتروني كيف يبحث على الإنترنت، وكيف يتجول على مواقع الإنترنت المختلفة.
- أن يكون لديه بريد إلكتروني لإرسال واستقبال الرسائل، ويقتضي ذلك أن يكون مدركاً لحجم بريده الإلكتروني؛ حتى لا يحول جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.
- تتوفر لديه الخبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي، مثل: البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس.
- متابعة ما يتم نشره وردود الفعل والرد على ما يقتضي الرد، أو نشر الردود وفق السياسة التحريرية المعمول بها في صحيفته.

2. تطور خاص بالقارئ

اتفقت معظم الدراسات أن غالبية مستخدمي الإنترنت من الشباب مع عدم إغفال باقي الفئات، وأصبح لدى القارئ الفرصة لتمير الخبر الذي يريده إلى

(1) أحمد كسري، كيف أصبح صحفياً إلكترونياً، مقال منشور، بوابة كنانة، الموقع الإلكتروني: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/135120>، تم زيارة الموقع يوم الاثنين بتاريخ 26-3-2012.

(2) زيد سليمان، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009) ص 101، 100.

العديد من أصدقائه، إلى جانب توفر الفرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع، ونشر رده في نفس اللحظة، حيث تتيح العديد من المواقع كتابة التعليق في أسفل المقال أو الموضوع، وينشر الرد آلياً دون الخضوع لأي رقابة، وتقوم بعض المواقع

بتمرير الرد أولاً على مسئول التحرير حتى لا يتم نشر شتائم أو كلام منافٍ للأداب.

وفرت المواقع الإلكترونية نشر الخبر السريع، وذلك من خلال نشر الخبر بعنوان وفقرة واحدة أسفل العنوان تلخص الخبر مع كتابة كلمة (المزيد) لمن يريد الإطلاع على التفاصيل، وقد فتحت هذه الطريقة الباب لإرسال الرسائل الإخبارية على الهاتف الخليوي، لتقدم كخدمة إخبارية من بعض المواقع الإخبارية أو من وكالات الأنباء، وهي وسيلة تجذب الشباب كثيراً؛ لأنهم يقرأون عنوان الخبر فقط ويعرفون ما يحدث من حولهم دون الحاجة للخوض في التفاصيل⁽¹⁾.

أتاحت الصحافة الإلكترونية للقارئ الفرصة - أحياناً - لنقل الخبر عندما يشاهد مظهرة مثلاً أو موقف معين أو يطلع على حادثة رآها وصورها بكاميرته الخاصة، فيقوم بنقل ما رأى بالصورة وإرساله ليثبت على الإنترنت، وذلك في إشارة إلى اعتماد المواقع الإلكترونية على الهواة في نقل الأخبار وبنائها حياً⁽²⁾.

3. تطور خاص بالخبر؛

إن سرعة تناول الخبر وبثه هي أهم ما ميز التطور الذي حدث مع مواقع الإنترنت الصحفية، وتظهر ميزة هامة أخرى وهي إمكانية وضع لقطات فيديو معبرة عن الخبر، نظراً لإمكانية الإطلاع على الخبر في أي وقت، ويتميز النشر على

(1) لامية جودي، الصحافة الإلكترونية.. ثورة في مدلولها بداية النهاية لوسائل الإعلام الكلاسيكية، دراسة منشورة، الموقع الإلكتروني للإذاعة الجزائرية <http://www.radioalgerie.dz/ar/>، تم زيارة الموقع يوم الأحد بتاريخ 25-3-2012.

(2) شغيب الغباشي، بحوث الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: عالم الكتب، 2010) ص 92.

المواقع الإلكترونية بإمكانية تعديل الخبر وتصحيحه في حالة وجود أي أخطاء، وإضافة روابط له لها علاقة بالموضوع.

يتميز تناول الخبر على الإنترنت بحرية أكبر من تناوله في الصحف الورقية، فلا يوجد أي رقيب يمنع أو يراجع، وحتى في حالة تدقيق الخبر، أو حجب الموقع، يتم الاستعاضة عن ذلك بوسائل بديلة لتوصيل الخبر، منها: إرساله من خلال البريد الإلكتروني، أو وضعه على المنتديات، أو بثه من خلال المجموعات البريدية⁽¹⁾.

يتطلب النشر على شبكة الإنترنت تحديث الخدمات الإخبارية المقدمة في مدى زمني لا يتجاوز ساعة، وذلك لمواكبة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتقتضي علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الإلكترونية نشر المعلومات، واستكمالها، وتصحيحها، وتحديثها، بحيث تتحول المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور⁽²⁾.

نخلص مما سبق إلى أن الصحافة الإلكترونية أوجدت العديد من التطورات ففي الوقت الذي طورت فيه من قدرات الصحفي على الكتابة والتحرير بالاستفادة من الأدوات المتنوعة التي أفرزها التطور التكنولوجي، نجد أنها أتاحت للقارئ ممارسة أكثر من حاسة في نفس الوقت لاتصافها بصفات عديدة، مثل: القراءة، والمشاهدة، والاستماع.

18 طبيعة العمل الصحفي:

تتطلب الصحافة التقليدية، مهارات أساسية يفترض وجودها لدى القائم بالعمل الصحفي، مثل مهارات الصياغة والتحرير وفق القوالب الصحفية وطرق تدقيق الأخبار وتوثيق مصادرها وأسلوب عرضها، أما اليوم "فإن هذه المهارات لم تعد

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص 122.

(2) عبد الرزاق النيمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (عمان: دار وال للنشر، 2011) ص 247.

كافية لمن يعمل في الصحافة الإلكترونية، إذ التغير الإلكتروني الذي أصاب وسائل الإعلام بصورة عامة والصحافة على وجه التحديد، قد زاد من الطلب والضغط على الصحفيين للبحث عن أدوات جديدة ومهارات متعددة لإنتاج أكثر وفي زمن أقل، مثل مهارات التعامل مع برامج الكمبيوتر وتطبيقاته وطرق وقواعد المعلومات والنصوص والبحث واستخدام محركات البحث، لأن الصحفي الذي يعمل في المجال الإلكتروني يقضي جل وقته في غرف الأخبار على خلاف الصحفي الذي يعمل في الصحافة التقليدية والذي يقض وقتاً غير قليل في الميدان لتقصي وجمع الأخبار من مصادرها المتعددة⁽¹⁾. إن بناء مواقع للصحف على شبكة الانترنت يتطلب تأسيس وحدة مستقلة، كما يقتضي وجود صحفيين على درجة عالية من المهارة والكفاءة والتدريب على مهارات متعددة، مثل الكتابة بعدة وسائل، وفي الوقت نفسه، مثل كتابة خبر يتناسب مع وسائل الإعلام الجديدة، كالهاتف النقّال وغيره من أجهزة النشر، وتطوير قدراته في استخدام الكاميرا الرقمية وإدارة الحوارات، لأن على الصحفي الإلكتروني أن يتحدث بلغة الصحافة الإلكترونية نفسها ولا يعتمد على الورقة والقلم⁽²⁾.

19) التحديات والتنافس بين الصحافة المطبوعة والمواقع الصحفية الإلكترونية:

فرض الإعلام الإلكتروني واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق. ولكن يبقى السؤال الأهم، هل ستكون صحافة المواقع الإلكترونية بديلاً عن الصحافة المطبوعة؟

(1) جابر، جاسم محمد الشريخ، مرجع سابق، ص 393

(2) الموسوي، محمد جاسم قلحي، مرجع سابق، ص 98

إن الصحافة الإلكترونية التي يتزايد حضورها ويتسع كل يوم على صعيد العالم، تفرض نمطاً مهنيّاً جديداً في كل شيء بدءاً من التحرير وانتهاءً بالوصول إلى القارئ ورجع الصدى الصادر عنه، ويرغم إن الصحف التقليدية ما زالت تتسيد الساحة المهنية وتشهد ذروة ازدهارها منذ ظهور أول صحيفة قبل عدة قرون، إلا إن كل ذلك لا يمنع التساؤل الملح حول إمكانية الصحف التقليدية المطبوعة على الصمود في وجه الصحافة الإلكترونية التي تبدو أكثر قدرة على التعبير عن متطلبات المستقبل وإمكانياته، وما أن كنا سنشهد في هذا الجيل نهاية عصر الصحيفة التي عاشت معنا مئات السنين.

إن البعض لا يؤيد الفكرة القائلة بأن الصحافة الاليكترونية ستقضي على الصحافة التقليدية، منطلقاً من وقائع التاريخ التي تخبرنا بأن ظهور وسيلة إعلامية جديدة لا يقود إلى فناء أو انتهاء وسيلة قائمة، على العكس فهم يرون بأن الصحافة الاليكترونية ستكون حافزاً لتطوير الصحافة المطبوعة وجعلها أكثر ملائمة لروح العصر والتطور، في حين يعتقد الآخرون بأن عصر الصحافة المطبوعة قد اشرف على الانتهاء، بل إن البعض منهم يذهب بعيداً ليحدد تاريخاً معيناً لاختفائها. وقد أفرزت هذه الاعتقادات اتجاهين، مازال مؤيديها يعتقدون بصحة المبررات والمسوغات التي يقدمونها:

"الاتجاه الأول، والذي يدعمه أنصار الصحافة التقليدية، والذي يقول بأن ما يظهر على الانترنت هو ليس بصحافة ولا يمت لها بصلة، لجملة من أسباب يعتقدون بها:

1. العاملان في الصحافة الاليكترونية ليس لديهم الخبرة أو التدريب الكافي، وهذا ينسحب على نوع المحتوى الخبري، محتوى غير احترافي وغير محرر، وتعتبره الكثير من جوانب القصور والخلل.
2. عدم المصداقية، وهذا ناجم عن غياب التدقيق وتحري المصادر الموثوقة، بالإضافة إلى أن سرعة النشر التي تفرضها خصائص الانترنت تدفع

بالصحف الاليكترونية إلى السبق الزمني على حساب التدقيق، وهذا ما جعل البعض يطلق عليها صحافة الإشاعات، أو صحافة السوق السوداء.

3. غياب العمل المؤسسي الذي يقوم على أساس المعايير الخاصة بالمؤسسة، والابتعاد عن المعايير المهنية والفنية والأخلاقية.

الاتجاه الثاني، فهو يرى أن الصحافة الاليكترونية تلبي حاجة القارئ، وتؤدي ذات الهدف الذي تسعى لتحقيقه الصحافة المطبوعة، وإن اختلاف الوسيلة والابتعاد عن بعض الخصائص والمفاهيم لا يعني فقدان هذا النوع من الصحافة، لمبررات عديدة منها:

1. إن أية وسيلة جديدة تخلق وتوجد لها معايير خاصة بها، وليس من الصحيح القول بأن أخلاقيات ومعايير العمل الصحفي هي واحدة ولا تتغير بتغير الوسيلة التي يستخدمها الصحفي، وإذا كان الحذر والتشكيك من قبل الصحافة التقليدية تجاه هذا النوع الجديد في بدايات ظهوره مبرراً فإن السنوات اللاحقة تخبرنا بأن هذه النظرية قد تغيرت، والدليل على ذلك، أن الكثير من وسائل الإعلام التقليدية قد بدأت بالعمل وفق قواعد وتقاليد ومعايير الصحافة الاليكترونية، وإن عدداً منها قد تحولت بالكامل إلى هذا النوع الجديد، وإن أغلب الصحف التقليدية الكبرى تبنت التدوين رغم كونه الأكثر انتقاداً من بين أنواع الصحافة الاليكترونية الأخرى.

2. أن الصحافة وحيث يتميز جمهورها ذي مستوى تعليمي عالي نسبياً، تنطوي على مصداقية كبيرة لدى هذا الجمهور، حيث أن بعض الباحثين توصلوا من خلال دراسة حول نظرة القراء لصحافة الانترنت، ووجدوا أن الصحف والمجلات والمواقع الإخبارية على الانترنت من وجهة نظر الذين تم استطلاع رأيهم، مشابهة للصحافة التقليدية من حيث اعتماد المعايير المهنية، وأن أكثر من ثلثين الذين تم استطلاعهم يثقون بها⁽¹⁾.

(1) جابر، جاسم محمد الشيخ، مرجع سابق، 394

(20) جمهور الصحافة الالكترونية:

Bildunterschrift: في خطوة تعكس مدى الاهتمام بالصحافة الإلكترونية الوليدة، قام الصحفي "أحمد عبد الهادي" رئيس تحرير جريدة شباب مصر الإلكترونية، بتأسيس اتحاد دولي للصحافة الإلكترونية في القاهرة. ولقد أظهرت النشاطات والندوات التي ناقشت هذا الموضوع على الساحة العربية خلال العامين الماضيين مدى الاهتمام بمستقبل الصحافة في ظل التطور المذهل لشبكة الإنترنت، وذلك بالرغم من أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية منخفض نسبياً حيث يصل إلى حوالي 7.5% من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط، في حين يصل في بعض المناطق مثل أمريكا الشمالية إلى 67.4%، وأوروبا إلى 35.5% طبقاً لأحدث الإحصائيات⁽¹⁾.

هذا على الرغم من أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية قد تجاوز 7 ملايين أي أكثر من 25 مليون مستخدم عام 2005، إلا أن ذلك لا يمثل سوى 1.3% من إجمالي عدد مستخدمي الشبكة الدولية للمعلومات في العالم. ورغم انتشار آلاف مقاهي الإنترنت في المدن العربية، والمترافق مع الحضور المعتبر للصحافة العربية على الإنترنت. إلا أن ذلك لا يتمشى مع النمو المتسارع للصحافة الإلكترونية عالمياً، علماً بأن أعداد الصحف العربية الورقية لا تتناسب أساساً مع عدد سكان الدول العربية⁽²⁾.

وفي دراسة للباحثين "فايز بن عبد الله الشهري" و"باري قنتر" تم الاعتماد فيها على نتائج استجابات عينة من قراء الصحف الإلكترونية العربية. ذكرت الدراسة بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث إنهم في الغالب ذكور وشباب، ويشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم. وأن

(1) أحمد عبد الهادي، مستقبل الصحافة التقليدية مقابل الإلكترونية، للمؤتمر العالمي للصحف...

(2) Source: http://www.ijnet_article/newarticle.arg-trms-htm 33Ko (Consulté le: 04-03-2008)

Source: <http://www.eggptiagreens.com/docs/general/index.php?> (accessed 21-03-2008)

ما يزيد على نصف العينة يقرون بأنهم يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي، ويعود سبب رضاهم وإقبالهم على الصحافة الإلكترونية إلى أنها متوفرة طوال اليوم، وإمكانية الوصول إليها مباشرة ولا تحتاج إلى دفع رسوم إضافية، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم. برغم أن كثيراً من المبحوثين قد أشاروا إلى صعوبات فنية عند تصفح بعض مواقع الصحف، أو مشكلات عدم الرضا عن المحتوى الرسمي لبعض الصحف، إلا أن نسبة كبيرة من القراء أبدوا مستوى معقولاً من الرضا عن هذه الصحف.

فالصحافة الموجودة على الإنترنت تتنافس فيما بينها، من أجل تقديم فكر متميز يجذب أكبر عدد ممكن من القراء والباحثين. وهذا التنافس الشريف الذي كان لوقت قريب ورقياً، قد أصبح اليوم ورقياً وإلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، خاصة في ظل تعاظم القدرات الاقتصادية وتأسيس العديد من المؤسسات الصحفية. وتزايد عدد الإصدارات بإمكانيات تفوق مثيلاتها في الدول العربية الأخرى. فقد انتقلت لتصبح منافسة في الرأي والتحليل عبر استقطاب أهم الأعلام المحلية والعربية والعالمية.

« الفصل الثالث »



خدمات الصحافة الإلكترونية

الفصل الثالث

خدمات الصحافة الإلكترونية

مقدمة:

إن ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية في تسعينيات القرن الماضي، أوجد واقعاً إعلامياً جديداً مع مرور الوقت فرض نفسه على الساحة الصحفية، حيث أتاح للقراء ظهور نوع جديد من الخدمة الصحفية من خلال تقديم الأخبار الفورية والآنية، والمضامين الإعلامية التفسيرية والتوضيحية من خلال قوالب الكترونية غير متعارف عليها في عالم الصحافة الورقية.

ومنذ ظهورها تميزت الصحافة الالكترونية بكم الخدمات التي تقدمها على شبكة الانترنت، فيأتي تفوق الصحافة الالكترونية على الصحافة الورقية بمقدار الخدمات التي تتيحها الصحافة الالكترونية للقراء، ومدى التفاعلية التي تتيحها لجمهور الزوار.

وتعد مواقع الصحافة الالكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الانترنت جذباً للقراء، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston، والتي تقول أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نمواً وحركة بين مواقع الانترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الالكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، ووجدت الدراسة أن 10 صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار. (أمين، 2011، 101)

من هنا وجب تسليط الضوء على الخدمات التي تقدمها الصحافة الالكترونية، ومن خلال الاطلاع على العديد من كتب الصحافة الالكترونية وجدت تصنيفات مختلفة لهذه الخدمات، وبالنسبة لاختلاف وتنوع في الخدمات وتقسيمات مختلفة لها.

أولاً: خدمات التواصل:

• القوائم البزيدية: (الدليمي، 2011، 224)

وهي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية المختارة مما ينشر يومياً في الأقسام المختلفة للصحيفة، يتم إرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الإلكتروني، لتمكنهم في زحمة الأعمال والواجبات من متابعة ما يستجد من أعمال وتطورات، وتيسر لهم الحصول على ما قد يحتاجونه من معلومات.

• المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار: (أمين، 2011، 104)

وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفقاً للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا، وغيرها.

• المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي: (الدليمي، 2011، 224)

يعد التصويت أو الاستطلاع من الأدوات المهمة للموقع ولزائره على السواء، فللزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الرأي، وللموقع من حيث يمكنه قياس رأي زائريه في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها، ونتيجة التصويت دائماً تظهر في مكان التصويت نفسه، وذلك بعد لحظة من المشاركة، دونما الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة.

• التعليق على الأخبار:

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل الكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحاً أو تصحيحاً لما نشر. وتباين مسميات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل: feedback، وSend us feedback، كما تتفرع منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح Corrections. وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح طباعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف حيث يتميز رجوع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومتأخر.

• الحوار مع الشخصيات المختلفة:

ويمكن أن يكون الحوار مرئياً أو مكتوباً، عبر موقع الصحيفة الإلكترونية، يتفاعل فيه الزوار مع الشخصية بتوجيه الأسئلة ومناقشة الموضوعات المختلفة.

ثانياً: خدمات البث والنشر:

• البث التلفزيوني:

وتلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور بمتابعة البث الحي على شبكة الانترنت دون الحاجة للتلفزيون.

• راديو الانترنت

وهو مصطلح يشير إلى استخدام الانترنت لتقديم الخدمات الإذاعية.

ومن مميزات مذياع الشبكة (الانترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم.

وأيضاً فإن العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الانترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تملك محطات إذاعية تقليدية.

• إعادة نشر الصحيفة كملف PDF أو فلاش

وتسعى معظم المواقع الإلكترونية التابعة لصحف ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية عبارة عن ملف PDF يمكن تحميله وتصفحه على الانترنت أو جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضاً من توفر فلاش لعرض الصحيفة وتصفحها على الموقع نفسه.

• خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية (أمين، 2011، 103)

وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.

• تقنية النشر المتزامن البسيط RSS (محمد، 2011، 113)

تختصر هذه الحروف كلمات Really Simple Synndication، وتعد خدمة RSS وسيلة سهلة (تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الانترنت بدلاً من أن يفتح صفحات المواقع ذاتها للبحث فيها من موضوعات جديدة. وقد تحتوي الوثيقة على التغذية Feed في صورة إما ملخص للموضوع أو الموضوع كاملاً، وقد يحصل المستخدم على الفقرة الأولى من الموضوع (لا الملخص) لدفع المستخدم إلى العودة إلى الموقع مرة أخرى لقراءة باقي المقال، وتلجأ المواقع الصحفية إلى ذلك لتحافظ على

أعداد المستخدمين وما يستتبعه من جذب للمعلنين، ولكن قد يحبط هذا التصرف القارئ الذي يود الحصول على الموضوع بشكل بسيط وسريع. فالميزة الأساسية لـ RSS إمكانية متابعة العديد من الموقع في مكان واحد.

• خدمة البودكاست (الجزيرة نت)

خدمة البودكاست هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت/ فيديو) يمكنك من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج الذي اخترته، حيث يمكنك تحميل الملفات (فيديو/صوت) على جهازك المحمول أو على الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها أو سماعها على الأجهزة المحمولة أو على الحاسب الشخصي.

• النسخة الخفيفة

وهي وسيلة لتسهيل الوصول للموقع الإخباري والمعلومة الصحفية في حال كان الانترنت بطيء أو ضعيف، ويوجد في النسخ الخفيفة كافة المعلومات الإخبارية والصحفية مع قلة في الصور والفيديوهات التي تزيد من حجم الصفحة.

ثالثاً: خدمات البحث وتحميل الملفات:

• خدمة البحث: (أمين، 2011، 101)

حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها، أو داخل شبكة الويب، وبعض الصحف يتيح البحث لفترة زمنية محددة (سنة أشهر مثلاً) أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول إلى مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتفاوتت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى.

• خدمة البحث في الأرشيف: (أمين، 2011، 102)

وتنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يرد المتصفح الوصول إليها.

• مشاركة الآخرين بالخبر

ويمكن من خلال برمجة الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصحفي لمن تريد على إيميله أو المراسلة المباشر وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين.

رابعاً: خدمات المساعدة والتوجيه:

• خريطة الموقع site map: (أمين، 2011، 104)

وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل والخدمات، مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

• المساعدة help:

وهذه الخدمة تحمل أسماء متعددة منها: المساعدة أو help أو مركز المساعدة.

وتحاول من خلالها المواقع الإلكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حل بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التصفح، ويمكن أن تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون ويوفر لها الموقع الإجابات النموذجية.

- معلومات عن الصحيفة والموقع الإخباري "من نحن":

وتكون فيها معلومات مشابهة لتلك التي في بداية الصحيفة، وهي معلومات عن المؤسسة نفسها من تكون وما أهدافها وما هي سياستها في نقل الأخبار، ومعلومات أخرى.

- الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة:

وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطلعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع.

خامساً: خدمات أخرى:

- التسوق: (علم الدين، 2008، 115)

وتوفر أسواق مركزية للتسوق المباشر والدخول في مزادات حية عبر الانترنت، ويمكن توفير أسعار العملات وخدمات الأسهم أيضاً.

- توفير تقارير أصلية:

وهذه التقارير تكون من إعداد فرق خاصة بالمؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى، وتوفرها المؤسسة على صفحتها الرئيسية.

- QR BarCode

وهو نظام تشفير للحروف والأرقام وظهورها في صورة نقطية.

تسهل هذه التقنية عملية إعادة فتح الرابط مباشرة عبر الهاتف المحمول من شاشة الحاسوب بواسطة برامج فك التشفير التي يزود بها الهاتف.

على سبيل المثال:

توفر مؤسسة الجارديان عبر موقعها الإلكتروني استعراضاً بانورامياً لخدماتها الإخبارية وغير الإخبارية والتي تتمثل في الآتي: (علم الدين، 2008، 118)

أولاً: الخدمات الإخبارية:

1. تجديد آني للمحتوى كل بضعة دقائق بأخر الأخبار المحلية والعالمية.
2. نشرة إذاعية إخبارية على الهواء مباشرة يعدها فريق إذاعي متخصص لهذا الغرض داخل المؤسسة.
3. خدمة الأخبار عاجلة عبر الهواتف المحمولة للمشاركين.
4. خدمة الأخبار المتخصصة عبر البريد الإلكتروني للمشاركين.
5. خدمة استعراض النسخ المطبوعة يومياً من صحيفتي الجارديان والاوزوفر وإمكانات قراءتها كقصاصات صحفية بالحجم الطبيعي، أو طباعتها كملف PDF.
6. خدمة RSS مجانية بالمحتوى الإخباري المتجدد في الموقع.
7. خدمة Most Read المجانية والتي تستعرض لقارئ اليوم أكثر المقالات والأخبار التي قراها الجمهور يوم أمس في النسخة الإلكترونية للصحيفة.
8. خدمة G24 والتي تتيح للمشارك تصفح آخر الأخبار المتجددة كل 15 دقيقة وطباعتها PDF.
9. خدمة الحصول على أخبار أو مواد من أعداد سابقة في الجارديان أو الاوزوفر وشراء صور حسب الطلب باستخدام قاعدة البيانات.

ثانياً: الخدمات غير الإخبارية:

1. خدمة الأفلام الوثائقية حول مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والتي يتم إنتاجها من خلال فريق متخصص حاز برغم حداثة إنشائه على جائزة أوروبية في الإنتاج الدرامي الوثائقي في أكتوبر 2003.
2. خدمات اجتماعية متنوعة مثل البحث عن الوظائف باستخدام مداخل متعددة كاسم الوظيفية أو اسم الشركة، وخدمات البحث عن الأصدقاء المناسبين "Find a date"، أو الحصول على نباتات زينة بمواصفات معينة من مركز متخصص بالنباتات داخل المؤسسة.
3. خدمات ثقافية وترفيهية متنوعة كمشاهدة الكارتون ومسابقات الكلمات المتقاطعة ولعبة السودوكو التفاعلية والتعرف على أخبار الطقس وبرامج الـ T.V وخدمة العروض الإخبارية المصورة.
4. توفر الجارديان من خلال موقعها دليلاً للأسلوب التحريري المتبع في صياغة الأخبار والتقارير، ويمكن للمستخدم أن يحصل عليه كاملاً بالمجان من خلال طباعته PDF، ويضيف هذا الدليل الكتاب الذين يريسون المشاركة في تحرير الصحيفة.
5. ويوفر الموقع أيضاً إمكانيات الاطلاع على المحتوى العام للإصدارات الأخرى للمؤسسة مثل:

- الجارديان الأسبوعي.
- عروض الكتب.
- المجلة الاقتصادية.
- المجلة الثقافية.

وكما حددت المؤسسة الغرض من إطلاق موقعها بصورته الجديدة على الانترنت بأن الهدف الأساسي منه هو أن يستطيع أي شخص في العالم قراءة الجارديان والاوزوفر تماما كما يستطيع الجمهور البريطاني صفحة بصفحة وصورة بصورة كما في النسخة اليومية المطبوعة.

وقد فرزت المؤسسة آلية لعرض المحتوى اليومي والحصول على ما يرغب القراء في الاطلاع عليه أو الاحتفاظ به من أخبار من خلال برنامج تعمل خطواته كالآتي:

1. يختار المستخدم بين استعراض الجارديان أو الاوزوفر.
2. بعد اختيار الجريدة يتم استعراض الصفحات الرئيسية لكل قسم من أقسامها مع محتوى تفصيلي بجميع العناوين على الصفحة.
3. بعد اختيار العنوان المطلوب يتم استعراض المحتوى التفصيلي للخبر مع إمكانية عرضه القصاصة صحيفة أو طباعته بصورته الأصلية كما في النسخة المطبوعة.

« الفصل الرابع »



تحرير الصحف الإلكترونية

الفصل الرابع تحرير الصحف الإلكترونية

تقديم:

شهدت أواخر القرن العشرين تطورات هائلة في مجال الاتصال ووسائل المعلومات، وأهمها ظهور توسع الشبكة الدولية للمعلومات "الإنترنت"، والقضرات الكبيرة التي حققتها في النشر الإلكتروني، واتسعت قاعدة مستخدمي هذه التكنولوجيا من مختلف فئات المجتمع، ولا شك أن هذه التكنولوجيا قد أثرت في مظاهر مجتمعية عديدة بما أفرزته من تقنيات ووسائل مستحدثة، وأدت إلى الحد من الصعوبات التي أوجدها مفهوم "حارس البوابة الإعلامية".

توجد علاقة واضحة تربط تكنولوجيا الاتصال بالمجال الصحفي، بسبب زيادة أهمية قيمة المعلومات، وسرعة جمعها، وطرق معالجتها، وطريقة توزيعها واستقبالها، وهي مهام من صميم العمل الصحفي، حيث أسهمت في تطوير الأداء الصحفي، وإيجاد ممارسات صحفية جديدة، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام نظام تكنولوجي جديد ومسئوليات جديدة، وبدأ استخدام الحاسوب كأداة للجمع والتقصي عن معلومات للوصول إلى مصادر عدة وجمع المعلومات والبيانات والوثائق.

فرضت التطورات المذهلة في تقنيات تكنولوجيا الاتصال خلال العقدين الأخيرين تغييرات عديدة في عناصر العملية الاتصالية التي تشمل المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمتلقي، ورد الفعل، حيث لخص مارشال ماكluهان نظريته الإعلامية بعبارة واحدة: "الوسيلة هي الرسالة" أي: أن اختراع أية وسيلة اتصالية لابد أن يفرض تغييراً في طبيعة المضمون الذي تقدمه الوسيلة إلى المتلقي، ومن ثم تكون التأثيرات وردود الأفعال حوله.

أثرت التطورات التكنولوجية التي طالت الإعلام على الصحافة، ووجدت نفسها داخل بديل يحتمل أن يكون بديلاً للورق في نقل الصحيفة بيد القارئ، وتكون شبكة الإنترنت هي البيئة التي يفضل الناشرون أن تكون الفضاء الجديد للصحافة، بحيث أضافت شبكة الإنترنت للصحافة مميزات وسمات يحبها القراء، ويستغلها الناشرون لتبدأ مرحلة الصحافة الإلكترونية التي بدأت في الظهور منذ التسعينيات من القرن العشرين، إلى جانب أن ظهور الصحافة الإلكترونية جاء لمواجهة تحديات المنافسة الشديدة من جانب تقنيات الاتصال والمعلومات، والتي تتمثل في تنامي القنوات التلفزيونية الفضائية والتلفزيون الرقمي.

تتعدد المجالات التي يمكن من خلالها دراسة الصحف الإلكترونية، ومنها: خصائصها، والخدمات التي توفرها، وأنواعها، وتحريرها، وفي هذه الورقة البحثية سيتم تناول تحرير الصحف الإلكترونية، الذي يتجاوز مفهومه الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأدوات تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث ترتبط الوصلات الطرفية أمام المحررين الموجودين في صالة التحرير بشبكة محلية تدار بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسئول الرئيس عن العدد الصادر من الصحيفة.

يمثل التحرير الصحفي عصباً رئيساً في أي مؤسسة صحفية، حيث لا توجد صحيفة دون أن يقوم على إعدادها مجموعة من المحررين الصحفيين، وتهدف الورقة البحثية في هذا المطلب إلى التعرف على مفهوم، وأهداف، وعمليات التحرير الصحفي، ومفهوم وسمات الصحافة الإلكترونية، والتطورات التي أوجدها ظهور الصحف الإلكترونية.

أولاً: مفهوم التحرير الصحفي

يحدد مفهوم التحرير الصحفي من منطلق الزاوية التي يتم تناوله منها، ويمكن بيان مفهومه على النحو الآتي:

التحرير الصحفي كعملية اتصالية:

يشمل هذا المفهوم التحرير الصحفي من حيث كونه عملية اتصالية جماهيرية متكاملة ومستمرة، حيث يقوم المحرر الصحفي بجمع المعلومات الصحفية، ومعالجتها وصياغتها كرسالة، أو مضمون، أو محتوى صحفي معين: سياسي، أو اقتصادي، أو رياضي في شكل قالب صحفي مناسب، قد يكون حديثاً، أو خبراً، أو مقالاً، ثم يرسل أو يبت من خلال وسيلة اتصالية جماهيرية، هي الصحيفة إلى المستقبل أو الجمهور لتحقيق أهداف الصحيفة، ومن خلال ردود الفعل يتم تقويم الرسالة وتعديلها⁽¹⁾.

التحرير الصحفي كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة:

يقصد به: "عملية يومية أو أسبوعية حسب دورية صدور الصحيفة يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية التي جمعها من مصادر مختلفة في أشكال وقوالب صحفية مناسبة، ثم يتم مراجعتها وإعادة صياغتها"⁽²⁾.

(1) لينى عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرالد والمجلات، الطبعة الأولى (القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع، 2004) ص2.

(2) محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، الطبعة الثانية (بدون مدينة: بدون دار نشر، 2009) ص 144.

التحرير الصحفي كعملية فنية كتابية:

هو "أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية، وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات في إطار التصور الذهني والفكري إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي"⁽¹⁾.

يتبين مما سبق أن التحرير الصحفي يمثل ركناً أساسياً في العمل الصحفي، وهو علم وفن، علم من حيث أنه يقوم على أسس وقواعد، وفن من حيث قدرة المحرر الصحفي على التعبير عن المادة الصحفية، ويستدل من المفاهيم السابقة أن التحرير الصحفي عملية تبدأ فور الانتهاء من الكتابة الصحفية، حيث يكتب المحرر الصحفي المادة الصحفية بالشكل الذي اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر النص ويراجعه المحرر المسئول الذي يحرر ما كتبه، ومن هنا كان المحرر الصحفي الناجح هو الذي يكتب بلغة صحفية مناسبة وجيدة، بحيث يصبح النص الصحفي لا يحتاج إلى عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة الصياغة.

ثانياً: أهداف التحرير الصحفي

يهدف التحرير الصحفي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المنبثقة من دوره كعملية صحفية فنية، وخطوة من خطوات إصدار الصحيفة، وأهداف عملية التحرير الصحفي هي⁽²⁾:

1. تحقيق تناسب النص مع سياسة الصحيفة.
2. تحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق أو المعلومات وتصحيحها.
3. جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له.
4. تبسيط وتوضيح لغة النص الصحفي.

(1) ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 2.

(2) محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات، بدون طبعة (القاهرة: مطابع الأهرام، 2000) ص 107، 108.

5. توضيح معاني النص الصحفي وإحيائها.
6. مراجعة النص الصحفي من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.
7. تعديل لهجة النص الصحفي عند الضرورة.
8. جعل النص الصحفي يروق لقارئ الصحيفة.
9. إيجاد نوع من التناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية المختلفة التي تنشرها الصحيفة.
10. تسهيل عملية الإخراج الصحفي.

ثالثاً: عمليات التحرير الصحفي

يتطلب نجاح المحرر الصحفي في تحقيق أهدافه القيام بمجموعة من العمليات التحريرية، هي⁽¹⁾:

1. التأكد من دقة بيانات النص الصحفي، ويتم ذلك عن طريق التشاور مع المحرر الصحفي أو أخصائي جهاز المعلومات بالصحيفة أو بنك المعلومات خارج الصحيفة.
2. اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.
3. إعادة صياغة النص الصحفي كاملاً لصقله لغوياً.
4. إعادة صياغة النص الصحفي لإيجاد نوع من الاتساق الأسلوبي.
5. حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التي تتسم بالصعوبة أو ضعف المقروئية.
6. حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التي قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض مع الذوق العام.
7. اختصار النص الصحفي ليتناسب مع المساحة المحددة.
8. استكمال النص الصحفي ببعض المعلومات والبيانات التي تكمله من ناحية المضمون، وتجعله يغطي كل جوانب الفكرة.

(1) محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق، 147.

9. إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنصوص الرئيسية والثانوية والفرعية التي تعد عنصراً مهماً لإراحة القارئ بصرياً وفكرياً وإضافتها إن لم تكن موجودة في النص الأصلي.

10. دمج نص مع نص آخر بالنسبة للأخبار، أو عمل إشارة لنص في نهاية نص صحفي آخر.

يتبين مما سبق أن تمكن المحرر من تحقيق أهداف التحرير الصحفي يتطلب القيام بمجموعة من العمليات التحريرية، وأن هذه العمليات تبين مدى كفاءة المحرر داخل صالة التحرير الصحفي في معالجة المادة الصحفية، وهو ما يكشف عن أهمية وجود وسائل تساعد المحرر في إنجاز هذه العمليات بدقة وسرعة ومهارة.

رابعاً: تحرير الصحف الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال.. الاتجاهات والعلاقات المتبادلة:

تعنى الورقة البحثية في هذا المطلب بالتعرف على سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ووظائف تكنولوجيا الاتصال في التحرير الصحفي الإلكتروني، إلى جانب التعرف على مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي.

خامساً: سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة⁽¹⁾:

تتميز وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا بعدة سمات ألقت بظلالها، وفرضت تأثيرها على الاتصال الإنساني بوسائله الحديثة، من أبرزها:

(1) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، بحث منشور، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، 2010، ص 446-448.

1. التفاعلية:

تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعال اتصالية، وفيها يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركون بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال، مثل: الممارسة الثنائية، أو التبادل، أو التحكم.

2. اللاماهيرية:

يقصد بها: أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.

3. اللاتزامنية:

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه، فمثلاً: في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

4. قابلية التحرك أو الحركية:

توجد وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة، مثل: الهاتف النقال، أو هاتف السيارة أو الطائرة، أو الهاتف المدمج في ساعة اليد، أو جهاز فيديو يوضع في الجيب، أو جهاز فاكس إميلي يوضع في السيارة، أو حاسب إلى محمول مزود بطابعة.

5. قابلية التحويل:

يقصد بها قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، مثل التقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

6. قابلية التوصيل:

تعنى إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

7. الشبوع والانتشار:

يقصد به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية.

8. الكونية:

إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة إلكترونياً، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

يتضح مما سبق وجود سمات متعددة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة يستفيد منها المحرر الصحفي الإلكتروني، حيث تتفاعل المصادر من خلالها مع المشاركين، ويتبادل المعلومات، التي قد تكون عند التيقن من مصداقيتها مصدراً للمادة الصحفية، كما أن تكنولوجيا الاتصال مكنت المحرر الصحفي من إرسال الرسالة إلى المستقبل في أي وقت، وفي أماكن متنوعة، وأتاح تلك الوسائل للمحرر الصحفي الإلكتروني نقل المعلومات التي يتلقاها إلى أطراف أخرى، وأتاح له

توصيل الأجهزة التي يستخدمها بأنواع أخرى من الأجهزة، ومما يساعد المحرر على ذلك انتشار هذه الوسائل.

سادساً: وظائف تكنولوجيا الاتصال في التحرير الصحفي الإلكتروني:

توجد مجموعة وظائف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني، هي⁽¹⁾:

1. وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً: من بين وسائل تحقيق هذه الوظيفة الحاسبات الإلكترونية، وقواعد المعلومات، والإنترنت والتصوير الإلكتروني، والتصوير الرقمي الإلكتروني، والأقمار الاصطناعية، والمساحات الضوئية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والألياف البصرية.
2. وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً: من بين الوسائل التكنولوجية المستخدمة لتحقيقها الحاسب الإلكتروني، والنشر الإلكتروني، سواء كانت تلك المعلومات مادة مقروءة، أو مصورة، أو مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.
3. وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها: تستخدم بنوك المعلومات وشبكاتها ومراكز المعلومات الصحفية الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفها ووثائقها، وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.
4. وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية: تستخدم فيها الوسائل الإلكترونية مثل: الفاكس، والأقمار الاصطناعية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والشبكات الرقمية، وشبكات الألياف والكابل.
5. وظيفة عرض المواد الصحفية: تستخدم عدة وسائل لإنجازها، مثل: الحاسب الإلكتروني، والأجهزة الرقمية الشخصية.

(1) عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، ص 37.

6. وظيفة التحرير الإلكتروني: تتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة، والمعالجة، والتحرير الإلكتروني، وبرامج فحص الأسلوب والإعراب والإملاء، إلى جانب وجود برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل إلى باستخدام طرق التغذية الإلكترونية الأمر الذي جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج.

تعكس الوظائف السابقة مدى الدور الذي تقوم به الوسائل التي أوجدها التطور التكنولوجي في عمليات التحرير الصحفي المتنوعة، وهو ما يؤكد شمولية تلك الوسائل لجميع العمليات، من: تغطية، ونقل، ومعالجة، وتوزيع، وحفظ، واسترجاع، تظهر براعة المحرر الصحفي في القدرة على توظيف الوسائل التي جاءت نتيجة للتطور التكنولوجي في عمليات التحرير الصحفي.

سابعاً: مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي؛

أسهمت استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي في تحقيق السرعة، والدقة، والمرونة، وتقليل عدد العاملين في الصحف الإلكترونية، ويمكن الوقوف على فوائد التحرير الصحفي باستخدام الوسائل والأدوات التي أوجدها التطور التكنولوجي على النحو الآتي⁽¹⁾:

1. تقليل التكلفة: يقوم المحرر الصحفي الإلكتروني بإجراء التعديلات التحريرية التي يرغب فيها على شاشة الحاسب الآلي، باستخدام برامج معالجة الكلمات والنصوص، التي توفر إمكانية التصحيح اللغوي أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها.

2. الحصول على نسخة محررة نظيفة خالية من الشطب باستخدام الحاسب الآلي، بعد كل تعديل أو تغيير في المادة الصحفية، مع العلم أن المادة

(1) أمل خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار العالم العربي، 2010) ص 84

الصحفية المحذوفة ربما تترك في الحاسب الآلي حتى يمكن استدعاؤها مرة أخرى عند الحاجة.

3. تراجع احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي مما يسهل عمل المراجعين، إلى جانب تراجع احتمالات الأخطاء المتعلقة بالأسماء والأماكن والبيانات الأرضية، لسهولة التأكد من صحتها إلكترونياً.

4. السرعة في إنجاز العمل الناتجة عن السرعة في الجمع، والسهولة في الاستدعاء والعرض مما يتيح نتيجة أفضل لزممن التخزين خاصة للعناوين والنسخ التي تأتي متأخرة.

5. الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي، حيث إنه عند الانتهاء من الموضوع الصحفي في شكله النهائي يمكن إرسال نسخة منه في الملف الخاص بها بصورة مباشرة إلى أرشيف الصحيفة.

6. القدرة على رصد وتتبع المواد التحريرية والصور بدءاً من لحظة ظهورها على النظام، وانتهاء بنشرها، أو نقلها للأرشيف، أو تحميلها على موقع الصحيفة الإلكترونية على الإنترنت، وتضمن عملية الرصد والتتبع عرض جميع المعلومات التفصيلية للمادة أو الصور أو الإعلانات في كل مرحلة من مراحل الإعداد والتنفيذ، ورصد جميع من تعاملوا معها وما قاموا به من إضافات أو تعديلات وأوقات التعديل⁽¹⁾.

ثامناً: استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت:

أصبحت شبكة الإنترنت النافذة التي يواجه من خلالها المحرر الصحفي الإلكتروني العالم على اتساعه، وغدت شبكة الإنترنت بكل المقاييس ساحة ثقافية، ووسيطاً إعلامياً جديداً، ومجالاً للرأي العام، وتعتبر خدمة الإنترنت من أحدث التطورات التكنولوجية في حقل الإعلام، وقد بدأت الكثير من الصحف بالاشتراك

(1) جمال غيطاس، نظم معلومات التحرير العمود الفكري لصالة تحرير المستقبل، مقال منشور،، موقع جريدة الأهرام على شبكة الإنترنت <http://digital.ahram.org.eg>، تاريخ النشر أكتوبر 2009، تاريخ زيارة الموقع 20 نوفمبر 2011.

فيها؛ من أجل أن تشمل مطبوعاتها على الشبكة، أو الحصول على خدماتها، والاستفادة من نظم أرشفة البيانات فيها⁽¹⁾.

سبل استفادة المحررين الصحفيين في الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت:

تتعدد سبل استفادة المحررين الصحفيين من شبكة الإنترنت، ومنها السبل الآتية:

- الحصول على عدد كبير ومتجدد من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة، وبلغات متباينة، وفي مجالات متنوعة.
- الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الإنترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد.
- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.
- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية، والتعرف على آرائهم وأفكارهم، وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم المحرر الصحفي.
- الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيف العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات، والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة.
- تطوير مهارات المحررين الصحفيين الإلكترونيين، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات، وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة الصحفية، واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية.
- استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للمحرر الصحفي، يضم موضوعاته الصحفية ومواعيده، وعناوينه الخاصة، واهتماماته، وكتبه وقراءاته، حيث

(1) إبراهيم راشد، التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى (بدون مدينة: مؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر والتوزيع، 1999) ص 24.

تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة مستقلة وأرشيف متحرك.

■ الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسؤولين.

■ الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة، مثل: أرقام الهواتف، والعناوين، والبريد الإلكتروني للمصادر الصحفية، وحفظها بطريقة تساعد المحرر الصحفي الإلكتروني على الاستفادة المثلى من البيانات المتبادلة، وتوثيقها، وتصنيفها.

■ الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية يتبادل معها الخبرات الصحفية في موضوعات شتى، وبما يساعد في تطوير مهارات ومعارفه المحرر الصحفي.

■ الاستفادة المحرر الصحفي من القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات المتوفرة على الإنترنت، التي تصنف معلوماتها بشكل يسهل الاطلاع عليها.

■ تطوير المحرر الصحفي وسائل جمع المادة الصحفية، وطرق التقائه بمصادره، حيث يمكنه عقد مؤتمرات صحفية عن بعد، والاتصال بالمصادر عبر البريد الإلكتروني، وعقد نقاشات جماعية، والاطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي، وعلى أفكار موضوعات صحفية مختلفة، والبحث عن زوايا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية.

■ استخدام المحرر الصحفي الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية، مثل: التغطية باستخدام الحاسوب، التي تتيح له جمع المادة الصحفية من قواعد ضخمة للمعلومات بشكل إلكتروني عبر جهازه الخاص، وتحليلها، والكتابة عنها.

■ استخدام المحرر الصحفي البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية، وتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية، والاشتراك في القوائم البريدية.

■ إرسال واستقبال المحرر الصحفي المواد الصحفية من وإلى صحيفته، ومصادره من أي مكان وفي أي وقت وبدون تكلفة، مما يساعده على الاستفادة من البيانات المتبادلة وتوثيقها وتصنيفها.

تاسعاً: تحرير الصحف الإلكترونية

توجد اختلافات بين الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة، حيث إن الصحيفة الإلكترونية حرة من القيود المتعلقة بالمساحة، مما يسمح لها بمزيد من التغطية، إلى جانب أن القارئ يستطيع أن يبحث في أرشيف الصحيفة الإلكترونية عن المقالات ذات الصلة، ويمكن أن تمد القارئ بخلفية عن أحداث اليوم، إضافة إلى أنه توجد في الصحيفة الإلكترونية معلومات لا تظهر في الصحيفة المطبوعة وتكون ملائمة بشكل أكبر للمنتج الإلكتروني⁽¹⁾.

تستخدم العديد من الصحف الإلكترونية الموقع الإلكتروني لإنتاج المضمون المنشور في الصحيفة المطبوعة المرتبطة بالموقع، بينما تستفيد بعض الصحف الإلكترونية من بعض معالم الإنترنت، مثل: التحديث المتكرر، ووصلات النص الفائقة المتضمنة داخل القصص الإخبارية، ومعالم الوسائط المتعددة أكثر من الصور الفوتوغرافية، ومعالم التفاعلية، مثل: عناوين البريد الإلكتروني، ومحركات البحث، إلى جانب أنه يوجد تفاوت في الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات بسبب مستوى الانقراضية، حيث تتمتع أخبار الإنترنت برصيد أعلى للانقراضية مقارنة بمصادر الأخبار المطبوعة⁽²⁾.

يقصد بتحرير الصحف الإلكترونية طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، حيث تعد الأداة التي يتم من

(1) شريف اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005) ص 29.

(2) نفس المرجع السابق، ص 44.

خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية، ويعنى بالتحرير الإلكتروني: "العملية التي تتم على إحدى شاشات الحاسوب، بينما يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب⁽¹⁾."

مما سبق نخلص إلى أن المفهوم الأكثر تركيبياً للتحرير الإلكتروني تتجاوز فيه المسألة الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأدوات تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث ترتبط الوصلات الطرفية أمام المحررين الموجودين في صالة التحرير بشبكة محلية تدار بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسئول الرئيس عن العدد الصادر من الصحيفة.

أدت الظروف السابقة إلى ظهور أدوار جديدة في عمل المحرر الصحفي تتمثل في قيام المحرر بجمع المادة التي يحبرها من خلال شاشات الحاسوب ولوحة المفاتيح الملحقة بها، وتنفيذ بعض الإجراءات التيبوغرافية عليها؛ مما يتطلب منه اكتساب مهارات جديدة أهمها التعامل مع الحاسبات الإلكترونية، إلى جانب معرفته بالإخراج، ويرجع ذلك لقيامه ببعض وظائف المخرج في تحديد أبناط وخطوط المادة الصحفية التي يقوم بجمعها وتحريرها.

وأرى أن التحرير الصحفي الإلكتروني يقصد به استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات تكنولوجية تحقق مستوى أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة خصوصاً في حالة استخدام أحد برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي، أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، بالإضافة إلى توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء تعديلات بالحذف أو بالإضافة، أو النقل على الجزئيات التي تتكون منها المادة الصحفية.

(1) ماجد تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008) ص 228.

عاشراً: مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية⁽¹⁾؛

يمر إعداد المادة في الصحيفة الإلكترونية بعدة مراحل، وهي مبينة على النحو الآتي:

1. التخطيط:

تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة، واختيار العناصر الأساسية التي ستضمنها، وتعتمد الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة على فريق متكامل يتكون من الكاتب، والمحرر، وفريق فني يضم متخصص في الوسائط المتعددة، حيث يناط بالكاتب وضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصة، أما فني الوسائط المتعددة فيسند إليه تحديد شكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع بالتعاون مع المصمم.

وفيما يتعلق بالمحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية فيتولى بناء قالب الكتابة الإلكترونية، وما يتضمنه من استخدام الوصلات لربط محاور الموضوع ببعضها من ناحية، وربطها بالمواقع الخارجية أو مصادر المعلومات المختلفة من ناحية ثانية إذا تطلب الأمر.

الاعتبارات التي يجب أخذها بعين الاعتبار في هذه المرحلة:

- ❖ هل يجب ربط خلفية القصة بمواقع أو مصادر معلومات خارجية ؟
- ❖ هل يجب تقديم خلفية القصة أو ما يرتبط بها في صورة جدول يوضح التطور الزمني للأحداث أو استخدام شكل آخر من العناصر الجرافيكية بديلاً عن المادة النصية ؟
- ❖ هل يجب الاستعانة بمواد ووسائط إعلامية متعددة ؟

(1) عباس حسن، الصحفي الإلكتروني، للطبعة الأولى (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011) ص 127، 128.

- ❖ هل تتضمن القصة أسئلة النقاش أو غيرها من ملامح التفاعلية التي يشترك فيها المستخدم؟
- ❖ ما طبيعة العناصر الإيضاحية التي يمكن إضافتها للقصة، مثل: الخرائط، أو الصور، أو الرسوم.
- ❖ من يبدأ عمله في مرحلة التخطيط أولاً، المحرر الصحفي الإلكتروني، أم المصمم، أم المتخصص في الوسائط المتعددة؟

2. جمع المعلومات

- يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، هي:
- ❖ المستوى السطحي، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار، والتكثيف.
 - ❖ المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة.
 - ❖ مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول.

3. تنظيم المعلومات:

تظهر أهمية تنظيم المعلومات في الصحافة الإلكترونية في ضوء استخدام الوسائط المتعددة، خاصة أن المستخدم يمكنه الرجوع إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، وتعد هذه المرحلة هي مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي، ويتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني أن يراعي فيها ثلاثة عوامل رئيسية، هي:

- ❖ تحديد العناصر الأساسية داخل القصة التي تأتي على درجة كبيرة من الأهمية للقراء.
- ❖ بناء القصة بشكل ينقل ويبرز العناصر بأكبر فعالية ممكنة.

❖ عرض القصة بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة بأقصى شكل ممكن.

يمكن في الصحيفة الإلكترونية تنظيم وتحديد العلاقات بين وحدات هيكل المعلومات في شكل قالب غير خطي يناسب المادة الإلكترونية.

أحد عشر: قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية⁽¹⁾؛

يمكن الوقوف على تصورين يحكمان الكتابة والتحرير للصحافة الإلكترونية:

التصور الأول: الدمج بين الكتابة والتحرير والتصميم

قدم هذا التصور الجديد للتحرير الصحفي معهد بوينتر، وهو يشير إلى الدمج بين الكتابة والتحرير والتصميم باعتبارها ضرورة لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أو الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وينطلق هذا التصور من أنه كلما زادت درجة التكامل والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة كلما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات فورية مبتكرة ومتميزة.

تعتمد الكتابة الصحفية للصحيفة الإلكترونية على التعاون بين فريق متكامل يضم على الأقل المحرر، وفني الوسائط المتعددة، والمصمم، حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة استخدام الهايبر تكتست أشبه بجهد جماعي قائم على التعاون والمشاركة، وتعتمد على تجميع أكثر من عمل، وابتكار فردي في هيكل واحد أكثر شمولاً وتكاملاً.

التصور الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية

يقتضي هذا المفهوم من المحرر الصحفي الإلكتروني مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصرها ومفرداتها بشكل كبير، ومهارة ربط هذه العناصر،

(1) محمود عزم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق ص 221، 222.

والجمع بينهما لتكوين قصة أو شكل جديد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي.

يشتمل تحرير المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية على أكثر من بعد، هي: هيكل بناء المعلومات، وقالب تحرير المادة، وطريقة العرض، واستخدام وسائط متعددة، والفن الصحفي.

الثاني عشر: الاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية

تبرز أهمية لتوعية المحررين الصحفيين بالاعتبارات التي تحكم عملية التحرير الصحفي داخل الصحف الإلكترونية خاصة في ظل نمو تلك الصحف، ومن أبرز هذه الاعتبارات:

1) تحرير المادة الصحفية طبقاً مفهوم النص الفائق⁽¹⁾؛

يتصل النص الفائق بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح على نصوص أخرى، قد تكون نصية أو سمعية أو بصرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تحظى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلمات نشطة".

(1) محرز غالي، صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وتحديات المستقبل، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008) ص 95.

متطلبات المعالجة التحريرية للمادة الصحفية وفقاً لمفهوم النص الفائق⁽¹⁾ :

تتطلب المعالجة التحريرية للمادة الصحفية التي تعرض من خلال صحيفة إلكترونية طبقاً لمفهوم النص الفائق مراعاة مجموعة من المتطلبات، يمكن الوقوف عليها على النحو الآتي:

- أ. ضرورة الاعتماد على مادة معلوماتية متميزة على المستويين الكمي والكيفي، حيث إن المحرر مطالب أن يغذي موضوعه بأكبر قدر من المعلومات التي تغطي جميع جوانب الموضوع الأنبي، والخلفيات المعلوماتية المتعلقة بالأشخاص والأحداث والأماكن والمفاهيم والأفكار التي وردت في الموضوع، وتكمن أهمية ذلك في أن المحرر داخل الصحيفة الإلكترونية يتعامل مع نص مفتوح على مجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المرتبطة به، والتي قد تعطى تفاصيل معلوماتية إضافية، ولكنها لا بد أن تكون موجودة وقائمة.
- ب. إن مسؤولية المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية لا تنتهي بمجرد كتابة الخبر، بل إن مسؤوليته الحقيقية تبدأ عند هذا الحد، وتتمثل هذه المسؤولية في تحليل الخبر لرصد مجموعة الكلمات التي يمكن أن يتعامل معها كلمات نشطة، وقد تدل هذه الكلمات على الأماكن التي ترد في المادة الصحفية، أو على الأسماء، أو على الأشخاص، أو على أحداث تاريخية، أو على مفاهيم، أو على اتفاقيات.
- ج. أن يتعامل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية مع المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الشبكة، فالصحيفة الإلكترونية توضع على شبكة الإنترنت، التي توجد عليها أعداد لا متناهية من المواقع، ومن الممكن أن يستفيد المحرر الصحفي بصورة مباشرة عند إعداد المادة من المعلومات المتوافرة

(1) شريف الثبان، مرجع سابق، ص 138.

على هذه المواقع، ومن الأهمية بمكان أن يلتزم المحرر بمعالجة المعلومات بالشكل الذي يناسب القارئ الذي يتوجه إليه، والطريقة الأفضل والأيسر للاستفادة من المعلومات الموجودة على مواقع هذه الشبكة أن يقوم المحرر بربط القارئ بها مباشرة، بحيث تشكل هذه المعلومات امتداداً لما هو موجود على النص الأصلي تماشياً مع فكرة النص الفائقة.

مما سبق يتضح أن فكرة النص الفائقة تعتمد على أن أي معلومة عادة ما يرتبط بها عدد آخر من المعلومات، فعندما يجري تناول معلومة جديدة يتم ربطها بمعلومات مألوفة لدى القارئ.

واعتقد أن النص الفائقة يتجه إلى التجاوب مع طريقة الإنسان في التفكير والتعامل مع أي نص يحمل معلومات عندما يسأل عن بعض الجوانب فيه، فيوجه النص الفائقة القارئ إلى الدخول في معلومات جديدة وهو ما يتطلب من المحرر الصحفي القيام بعملية تحليل للنص.

(2) تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة¹:

يشير مفهوم الوسائط الفائقة إلى نظام يوفر للمحرر فرصة التعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة، تشمل: النص، والصوت، والصورة، وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية، حيث إن القارئ يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد من المعلومات.

يختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن مصطلح الوسائط المتعددة، حيث إن الوسائط المتعددة تعني وجود أسطوانة مدمجة وكرت صوت وكرت فيديو على جهاز الكمبيوتر تساعد المستخدم على الاستفادة من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية أو بصرية، والوسائط المتعددة ليست بالضرورة تفاعلية على الرغم من أن بعضاً من منتجاتها تصمم لكي تحقق نوعاً من المشاركة من جانب المتلقي، وقد

(1) محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 572.

يوجه بعضها إلى المتلقي، بينما تقتضي الوسائط الفائقة دائماً المشاركة من جانب المتلقي.

أوجدت هذه الخاصية تحولاً هاماً يتعلق بعمل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية، حيث إن المحرر في الصحيفة الإلكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى النصوص الحرفية والصور الثابتة على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

نخلص مما سبق إلى أنه يتعين على المحرر الصحفي أن يلم بالإمكانيات التعبيرية للوسائط السمعية والبصرية، وأن يعبر عن كل معلومة داخل المادة الصحفية التي يقوم بإعدادها للقارئ بالوسيط المناسب لها.

(3) تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ⁽¹⁾؛

تتوافر المعلومات الموجودة على الصحف الإلكترونية في وسائل الإعلام التقليدية المختلفة بشكل لا يسمح للمستخدم ببناء البيئة المعلوماتية الخاصة به إلا في حدود ضيقة، إلا أن الصحيفة الإلكترونية تتيح اختيار المواد الصحفية التي تفي باهتمامات واحتياجات المستخدم.

تعد عملية الاختيار بين المعلومات أحد أهداف المتلقي، فالمفتاح الأساسي للقارئ في الصحيفة الإلكترونية يتضح في فهرس كامل وشامل للمادة الصحفية المتضمنة بها، من هنا لا بد أن يأخذ المحرر في الاعتبار ضرورة عرض موضوعاته الصحفية بأسلوب يختلف عن أسلوب العرض والتصميم الخاص بالصحف المطبوعة؛ حيث يعد الموضوع في الصحيفة الإلكترونية هو الوحدة الأساسية في تقديم المعلومات، ولكي يتوافق المحرر مع هذه الوضعية فلا بد أن يقدم معلوماته

(1) ماجد تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، الطبعة الأولى (غزة: مكتبة الجزيرة، 2008) ص 88.

بشكل مفهرس، مع الأخذ في الاعتبار أن العناوين- هنا -إشارية مختصرة وليست دالة تفصيلية على أساس أن مستخدم الصحيفة الإلكترونية يستعمل المعلومات المتوافرة عليها بشكل هادف يخضع لتفسيرات مدخل التماس المعلومات.

نستنتج مما سبق أن الصحافة الإلكترونية أتاحت سهولة التعرض للمضامين المقدمة من خلال تعدد الروابط والنصوص الشعبية التي تنقل القارئ من موضوع لآخر بكل سهولة، وتتمكن من التعرف على خلفيات الأحداث التي تتوفر فيها، كما حققت للقارئ يسر التعرض للصحف والمواقع الإلكترونية من خلال دعم المضامين المقدمة بعدد من الوسائط المتعددة، بحيث أصبحت بيئة للعديد من الوسائط المرئية والمسموعة.

الثالث عشر: الكتابة للصحف الإلكترونية

تعد الكتابة للصحافة الإلكترونية مزيجاً من الكتابة للصحافة المطبوعة والكتابة للإذاعة والتلفزيون، حيث إن أسلوب الكتابة الموجزة البسيطة الذي يفضلته الإذاعيون، يسهل بدوره قراءة واستيعاب الصحافة الإلكترونية، ومن الأهمية بمكان استخدام القواعد الأساسية للكتابة الجيدة، ومراعاة القواعد اللغوية والتهجئة، إلى جانب أن تقدم الجملة الافتتاحية ما يشجع القارئ على متابعة القراءة، وتتيح الصحافة الإلكترونية للقراء أن يستجيبوا للكاتب أو المحرر مباشرة عن طريق الرسائل الإلكترونية، أو عن طريق محادثة حية، إضافة إلى ما تتيحه المواقع الإلكترونية من مساحة للقراء ليعبروا عن آرائهم فيما قرأوه.

لا يمكن الحديث عن الكتابة للصحف الإلكترونية وإغفال السياسة التحريرية، التي تحدد مجموعة الإجراءات والضوابط التي تحدد ماذا يقال؟ وكيف يقال؟.

تتعلق السياسة التحريرية بانتقاء المادة المطلوب تحريرها وطريقة تناولها، وأسلوب عرضها، ثم بثها على الموقع، وتتنوع محاور السياسة التحريرية بين مساحة التركيز والاهتمام المتعلقة بالمفاهيم، وتسلط الضوء على المساحات والقضايا، ويتم التأكيد على القضايا محور الاهتمام، والتركيز عليها، وإعطائها الأولوية للنشر، وتحديد قاموس الصياغات الخاصة الذي يتضمن الألفاظ المعتمدة، حيث إنه لكل صحيفة قاموسها المعرفي الخاص بها، ويعد هذا القاموس بصورة تراكمية، ويعتمد من قبل مجلس التحرير، والهيئة الاستشارية، ويعمم على المحررين، والعاملين في المؤسسة، كما يتم وضع جملة من السياسات والمنطلقات والضوابط التحريرية التي يتعين على إدارة الموقع تحديد مثل هذه الضوابط القيمية والفكرية والعلمية، لتحديد طبيعة المواد المنشورة على الموقع، إلى جانب وضع المعايير التحريرية في انتقاء المادة الصالحة للنشر، حيث يتوفر أمام المحرر عدد من الموضوعات والمواد الصالحة للنشر، ولكن قد تخضع هذه المواد للانتقاء وفقاً لأسباب فنية ربما تتعلق بالوقت أو بالموارد البشرية التي تقوم بمجمل العمليات المطلوبة للبحث على الموقع أو لمحدودية الموارد المالية.

تقتضي الصحافة الإلكترونية توفر مهارات إعلامية جديدة تتفق وخصائص الصحيفة الإلكترونية، التي تعتمد بالدرجة الأولى على الاختصار والدقة والسرعة، وهي بذلك تلتقي مع الكتابة لوكالات الأنباء، ويتطلب العمل في الصحف الإلكترونية تأهيل عالي مقارنة بالصحافة المطبوعة، وذلك من حيث إتقان فن التعامل مع تكنولوجيا الاتصال.

تتميز الصحيفة الإلكترونية بإمكانية استخدام الوسائط المتعددة، حيث يمكن للمحرر الصحفي التعبير عن مضمون الموضوع بأكثر من طريقة، مما يتطلب منه أن يتعلم مهارات جديدة في العمل الإلكتروني، إلى جانب الإلمام بالقوالب التحريرية الجديدة التي يستخدمها المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية والتي تختلف عن الصحيفة المطبوعة.

الرابع عشر: التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت⁽¹⁾؛

أحدثت الصحافة نقلة في نوعية الصحافة، وفي سرعة تناقل الخبر، وصياغته، وشكله وطريقة تحريره، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال:

- ❖ التركيز والاختصار: وهما سمتان تميزان التحرير الصحفي الإلكتروني.
- ❖ ضرورة وجود الصور الموضوعية بعيداً عن الصور الشخصية.
- ❖ استخدام الجمل القصيرة في الصياغة؛ لأن قارئ الإنترنت متعجل، ويريد أن ينتهي من القراءة بسرعة، ولا يوجد لديه وقت لقراءة الجمل الطويلة.
- ❖ طريقة عرض التفاصيل: لا تعني هذه الخاصية الاختصار والتركيب، لأن الخبر على الإنترنت يعطي تفاصيل كثيرة جداً، ولها علاقات بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ويتحقق ذلك على الإنترنت من خلال الروابط التي توضع أسفل الخبر، والتي يفتتحها من يرغب في الاستزادة من المعلومات.
- ❖ يتيح الإنترنت إمكانية وضع صورة واحدة معبرة، ويتم وضع باقي الصور في رابط مستقل يمكن لمن يريد أن يقوم بزيارته.
- ❖ إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية.
- ❖ يتميز التحرير على الإنترنت بوجود رد فعل سريع وفوري للقارئ يمكنه في بعض الأحيان أن يكتب التعليق، وأن ينشر في ذات اللحظة أسفل الخبر أو المقال؛ مما يتيح ميزة عالية لنشر الخبر إلكترونياً.
- ❖ يتيح الإنترنت إمكانية عمل مقاييس لعدد القراء لكل موضوع على حدة، حيث يمكن للكاتب الصحفي أن يتعرف على اتجاهات وتفضيلات القراء، وتستفيد الصحيفة الإلكترونية من ذلك في تعديل اتجاهاتها لتلائم قرائها.
- ❖ قياس الرأي العام وتحليله في عدد من القضايا الهامة من خلال الاستطلاعات الإلكترونية التي تقوم بها الصحف الإلكترونية.

(1) عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية فنون التحرير الصحفي على الإنترنت، الطبعة الأولى (طنطا: دار البشير للثقافة والعلوم، 2008) ص 63.

الخامس عشر: مبادئ التحرير الصحفي الإلكتروني:

تبدو عملية التحرير الصحفي الإلكتروني أكثر تعقيداً من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، بحيث يتعين على المحرر الصحفي أن يأخذ في اعتباره مستويات متعددة يتعامل معها جميعاً في ذات الوقت، ومنها: تطبيقات الوسائط المتعددة، وهيكل الموضوع، وملامح التفاعلية فيه، ومراعاة بعض القيم.

توجد مجموعة من المبادئ التي تتسم بها عملية التحرير الصحفي الإلكتروني، ومنها:

1. الوضوح: وذلك استجابة لطبيعة الإنترنت القائمة على السرعة، وتعدد الخيارات، وتؤكد أهمية الوضوح في المضمون للمحرر لعدم توفر الوقت الكافي للقراء لاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم صياغات تتسم بالطول والتعقيد.
2. الاتساق: يقصد به أن تكون عناصر الموضوع متناسقة.
3. الدقة: يعنى بها دقة النصوص، حيث إن الأخبار الجادة والمعلومات تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الإنترنت.
4. الكفاية والتناسب: بمعنى كفاية وتناسب المعلومات مع المبادئ والممارسة التحريرية.
5. التشييد: حيث يسمح للمحرر بصياغة عناصر جديدة انطلاقاً من العناصر الموجودة، مستخدماً

قدرة الحاسوب على تشييد أي وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات أو إشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة.

نخلص مما سبق إلى أن التزام المحرر الصحفي الإلكتروني بهذه المبادئ يعزز كفاءته الصحفية التي تجمع بين السرعة، والشمول، والاتساق، والكشف عن

الجديد والنقل عن المصادر الدقيقة، إضافة إلى أن هذه المبادئ ترفع درجة الثراء في المادة الصحفية، خاصة عند ربطها بمواد مرئية ومسموعة ووسائل تفاعلية.

السادس عشر: أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية:

1. الروابط أو الإحالات:

إن التواصل المعلوماتي في الصحافة الإلكترونية لا يكلف سوى الضغط بالفأرة على الروابط ذات الصلة للتعرف على المصادر أو المزيد من الموضوعات التي تشكل إضافة معلوماتية على مادة المقال المنشورة، وتأخذ هذه الروابط أكثر من صورة، فقد تكون:

1.1 روابط ذات صلة "خارج الموضوع"

تكون هذه الروابط في نهاية الموضوع على شكل "اقرأ أيضاً"، ومن مميزات هذه الطريقة: أنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته ومتابعته للموضوع، وبعد أن يفرغ من القراءة يمكنه أن يستزيد من المعلومات، ويتعرف على موضوعات، قد تكون مصدراً للمعلومات المذكورة أو امتداداً لها.

ومن العيوب النسبية التي تؤخذ على هذا الأسلوب عدم الربط المباشر بين الموضوع المحال إليه والفقرة ذات الصلة داخل المقال أو الموضوع المقروء.

1.2 روابط ذات صلة داخل السياق:

يتم وضع الموضوعات ذات الصلة داخل سياق الموضوع وعند الفقرة التي ترتبط دلالتها بالموضوع المحال إليها، ومن العيوب التي تؤخذ على هذه الطريقة أنها تقوم بتشيتت القارئ عن الاسترسال في قراءة موضوعه متكاملاً، ليجد نفسه في كل فقرة محالاً إلى موضوع آخر، وهذا ما يجعل القارئ ينصرف في الغالب عن الاسترسال في قراءة الموضوع.

1.3 روابط بمواقع ذات صلة:

تناسب هذه الطريقة في الإحالة إلى مواقع الإنترنت التي تعد مصادر للمقال أو الموضوع المقروء، وتفيد عندما يتم الإحالة إلى مواقع متخصصة عن المجال الذي ينتمي إليه المقال المقروء، وهي تضيف مزيداً من المعلومات في ذات المجال أو التخصص الذي ينتمي إليه الموضوع المنشور.

2. إمكانية استخدام الصوت والصورة:

تتيح عملية النشر الإلكتروني إمكانية الجمع بين النص المقروء والمسموع والمرئي على موقع الصحيفة الإلكترونية، حيث يمكن أن يتداخل النص مع الصوت أو الصورة بحيث يكون كل منهما إضافة للآخر، كما أن استخدام الصحيفة الإلكترونية يمكن القارئ من انتقاء المادة التي يريد التعرض لها، إلى جانب إمكانية استرجاع المادة وإعادة مشاهدتها.

تأخذ عملية دمج الصوت والصورة مع النص المقروء عدداً من الأشكال منها:

2.1 طريقة الروابط الجانبية أو التحتية:

تتميز هذه الطريقة بأنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته للنص، وتترك له حرية التعامل مع الصوت والصورة في الوقت المناسب، أو الاكتفاء بالنص المكتوب، ويعيب هذه الطريقة أن النص يكون متكاملًا وكافياً في أغلب الأحوال لتحقيق الهدف من الموضوع.

2.2 الصوت المتلاحم مع النص:

يتحقق ذلك من خلال النقر على الصوت في سياق النص المقروء، وتتميز هذه الطريقة بتلاحم النص مع الصوت أو الصورة المتحركة، شريطة أن يشكل الصوت أو الصورة قيمة مضافة إلى النص المقروء، ولا تكون تكراراً لمحتوى المادة

المقروءة، وهذه الطريقة هي الأنسب في تغطية الندوات والمؤتمرات، حيث لا يتم نقل نصوص الكلام عن المتحدثين في الندوة أو المؤتمر، وإنما سرد أهم القضايا التي تناولها كل واحد منهم.

2.3 الصوت في خلفية النص:

يتم بموجب هذه الطريقة وضع الصوت مع النص بمجرد فتح الصفحة، ويفضل استعمال الصوت في هذه الطريقة في حالات محددة، مثل: وقوع انفجار في منطقة ما، ويفضل في هذه الطريقة أن يكون هناك مؤشر على الصفحة أسفل الصوت، بما يتيح للقارئ إغلاق الصوت إذا رغب في ذلك؛ وذلك حتى لا يتم اقترحام خصوصية الزائرين، ويتم فرض مادة عليهم لا يرغبون فيها، وهو ما يميز الإنترنت عن الفضائيات التي تفرض عليه المادة وفقاً لجدول بثها وليس وفقاً لاحتياجات الزائر.

3. الإحالة إلى ساحات الحوار:

تشكل إمكانية ربط قارئ الصفحة بساحة الحوار قيمة خاصة تفتقدها وسائل الاتصال الأخرى، حيث إنه ليس كل ما ينشر محل قبول من القارئ، وينطلق ذلك من كون القارئ في الصحافة الإلكترونية تتاح له إمكانية التعبير عن رأيه بصورة سريعة، فقد يعترض القارئ على الموضوع ككل، أو على المقال، أو على المنهجية التي أعد بناء عليها الموضوع، وعليه يقوم الناشر الإلكتروني بتفعيل الموضوع وربطه بساحات الحوار ذات الصلة الموجودة في الموقع.

السابع عشر: نماذج عملية الربط بساحات الحوار:

3.1 الربط بأكثر من ساحة حوار داخل الموقع نفسه:

تمنح هذه الطريقة أكثر من فرصة للتعبير عن قضية معينة من أكثر من زاوية، ويؤخذ عليها تشتيت القارئ بين أكثر من منتدى حول محاور تكون متقاربة.

3.2 الربط بساحة حوار متعددة:

تتيح هذه الطريقة للقارئ فرصة التفاعل في قضية تكون مطروحة بين زوار الموقع، ويتحقق ذلك من خلال الإحالة إلى الصفحة الرئيسية لساحة الحوار المتعددة التي تضم كافة القضايا وليس فقط القضية ذات الصلة بالموضوع محل القراءة، ويؤخذ على هذه الطريقة أنها لا تأخذ القارئ بصورة مركزة إلى الموضوع محل القراءة.

3.3 عمل ساحات حوار بسيطة وغير متعددة:

تستخدم هذه الطريقة من خلال طرح قضية معينة، أو موضوعات محددة من الكاتب أو الصحيفة الإلكترونية، وإثارة التساؤلات حولها، وطرحها للتواصل والمشاركة من قبل القراء، وفي حال استخدام هذه الطريقة فإنه يتم تذييل الموضوع بساحة حوار يتم فيها وضع خانة للاسم وبيانات المشارك، وتخصيص خانة أخرى لنص المشاركة.

4. الأرشفة واستدعاء المعلومة:

تتحقق الأرشفة واستدعاء المعلومة بعدة طرق منها:

4.1 أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة:

تتم هذه الطريقة من خلال إنشاء ملفات خاصة أو صفحات خاصة حول قضية محورية ومهمة، ويتم إضافة كل الموضوعات ذات الصلة التي يتم نشرها يومياً في موقع الصحيفة الإلكترونية، والإشارة إليه من خلال بانر يوضع على الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية.

4.2 أرشفة أبواب وصفحات الصحيفة الإلكترونية حسب التخصصات المختلفة:

تعد هذه الطريقة أكثر عمومية من سابقتها، حيث يتضمن أرشيف الصحيفة الإلكترونية الموضوعات التي يتم بثها ونشرها على الباب الخاص بها، ويتم عرض هذا الأرشيف إما بصورة جانبية أو أسفل الصفحة، وتقوم بعض المواقع بوضع عدد للموضوعات في هذا الأرشيف بحيث لا تزيد عن عدد معين.

يكون البحث بطريقتين، هما: البحث المبدئي، والبحث المتقدم، حيث إن الأخير يكون بعدة طرق، منها: حقل العنوان أو النص، وحقل نوع المادة، وحقل تصنيف الموضوع، وحقل الأبواب والصفحات المتخصصة، وحقل الكاتب، وحقل التاريخ، وحقل النطاق الجغرافي.

5. قياس سريع لرجع الصدى:

تعد الصحافة الإلكترونية على الإنترنت من أكثر وسائل الإعلام قدرة على التعرف على ردود فعل القراء والزوار حول المادة المنشورة، وذلك من خلال عدة طرق، منها:

5.1 سجلات الزائرين:

هي عبارة عن أيقونة يمكن من خلالها لأي زائر التعبير عن رأيه بصورة عامة في الموقع، ويظهر هذا الرأي على صفحات الموقع مباشرة، وتحرص الصحف الإلكترونية على تخصيص محرريهم بمتابعة سجل الزائرين والرد على الزوار، والتجاوب مع انتقاداتهم، وتصحيح الأخطاء إذا كانت موجودة.

5.2 الويب ماستر:

"هو عبارة عن بريد رئيس يمكن لكل زائر أن يكتب رسالته، ويختلف عن سجل الزائرين في أن رسائل الويب ماستر لا تظهر على الموقع، ولكن يتم توزيعها فقط على فريق العمل".

5.3 استطلاعات الرأي:

تهدف استطلاعات الرأي إلى فتح آفاق جديدة أمام فريق العمل من المحررين؛ وذلك بغرض التعرف على زوايا الموضوع وطريقة المعالجة والانطباعات السابقة المتكونة لدى الجمهور حول هذه القضية، مما ينقل ردود فعل أكبر عدد ممكن من الزوار حولها.

6. إعادة إنتاج المادة:

يعد المحررون في الصحيفة الإلكترونية موضوعات إعلامية توضع بعد إعدادها مباشرة على الموقع الإلكتروني، إلا أنه قد تتلاحق أحداث تستدعي تغطيتها من جميع الجوانب وبسرعة، ويظهر في هذا السياق دور قسم الأرشيف الذي يتولى بدوره تجميع الموضوعات التي سبق نشرها على الموقع بخصوص ذلك الحدث، ثم يتولى صياغة الإضافات الموسعة المتعلقة بالموضوع، ويمكن للمحرر في الصحافة الإلكترونية إعداد الملفات الخاصة السريعة بأكثر من طريقة، من بينها: الملفات التجميعية، والملفات التكوينية.

7. إمكانية التعديل والتصحيح:

إن إمكانية التصحيح والتعديل في الصحافة الإلكترونية ممكنة وبدون تكلفة، ويمكن اللجوء إلى هذه الطريقة في عدة مواضع منها:

7.1 تطور الحدث:

يمكن للمحرر الصحفي أن يذكر الأرقام بصورة واضحة ومحددة، وفي حالة تطور الحدث أو تغير الأرقام الواردة فيه فإنه يتم التعديل في الخبر بما يتفق مع المعلومات الجديدة.

7.2 تعديل الأخطاء:

يسمح التحرير الصحفي الإلكتروني بتعديل الأخطاء التي يتم اكتشافها، ويتم التعرف على الأخطاء من خلال المحرر، أو إدارة التحرير، أو الزوار الذين يرسلون رسالة بريدية عاجلة للإرشاد عن بعض الأخطاء، ويراعى في عملية التصويب والتصحيح أن يتم التعديل وفقاً للإجراءات المعتادة والمراحل نفسها، بالاتفاق مع المحرر، والمدقق اللغوي.

8. تنوع أشكال العرض:

يوفر الإنترنت للصحيفة الإلكترونية وسائل وبدائل متعددة لعرض المادة الإعلامية، وتتميز هذه البدائل المطروحة بأنها قابلة للتجديد والتطوير، وإيجاد الأفكار والأشكال الجديدة، وتوجد عدة أشكال من العرض يمكن أن تستخدمها الصحيفة الإلكترونية، مثل:

8.1 بوب أب:

يمثل نافذة صغيرة تأخذ أحجاماً متعددة إلا أنه يكون أصغر من صفحة الويب، وتظهر هذه النافذة على موقع الصحيفة الإلكترونية، أو على أحد صفحاتها مباشرة.

8.2 بوب أب قابل للنقر:

ينقل هذا النوع إلى ملف أو صفحة على علاقة بموقع البوب أب، وتتضح مهمته في جذب الزائر إلى ملف أو صفحة، أو إحالته إلى صفحة أو ملف داخل موقع الصحيفة الإلكترونية أو موقع آخر.

8.3 بوب أب غير قابل للنقر:

لا يقود هذا النوع إلى صفحات أو مواقع أخرى، ويحمل الرسالة المطلوب توصيلها إلى الزائر، وهي غالباً ما تكون إعلاناً، أو تهنئة، أو استطلاع رأي.

8.4 فلاش:

يظهر الفلاش غالباً في نافذة مستقلة يتم الدخول إليها بالنقر على عنوان أو صورة، ويظهر في عدة أشكال، هي: فلاش صور، وفلاش تفاعلي، وفلاش معلوماتي.

8.5 جالري:

هو عبارة عن معرض صور يظهر في نافذة مستقلة عادة ما تكون أصغر من نافذة الويب، وفيه يتحكم الزائر في عملية الانتقال من صورة إلى أخرى، ويستخدم في حالة توفر مجموعة كبيرة من الصور المهمة ذات العلاقة بحدث مهم، ويتميز بسرعة التنفيذ وسهولة العرض.

يتبين في ضوء العرض السابق تنوع أدوات التحرير الصحفي الإلكتروني المستخدمة مع الصحف الإلكترونية، وقد جاء هذا التنوع وليد التطور في أساليب الممارسة، وهذا ما يفسر تحقيق التميز بين الصحف في الفضاء الإلكتروني، فعلى سبيل المثال: من الأهمية بمكان أن تقرر الصحف الإلكترونية بأي شكل من الأشكال ستقدم رسالتها الإعلامية، حتى تحدد بدقة ما الوسائط التي ستستخدمها، إلى جانب إفساح المجال للقراء للاستجابة لما تنشره، ليتمكنهم الاتصال بها.

الثامن عشر: مهارات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية على الإنترنت:

تتيح تقنية الوسائط الفائقة للصحيفة الإلكترونية امتلاك وسائل تعبيرية أكثر من نظيرتها الورقية، ففي الوقت الذي تعتمد فيه الصحيفة الورقية على المتن والعناوين والصور الثابتة، فإن الصحيفة الإلكترونية تعتمد بالإضافة إلى ذلك على الصوت والصور المتحركة وعرض الفيديو والموسيقى وغيرها، حيث إن قارئ الصحيفة الإلكترونية يتعرض لمعلومات يتم التعبير عنها بوسائط متعددة، هي: الوسائط السمعية، والبصرية، والحركية، بما تمتلكه من مؤثرات وإمكانات تعبيرية كبيرة.

يمكن الوقوف على مهارات التحرير الصحفي من خلال بيان الآتي:

1. تنمية الحس الصحفي لدى المحرر الصحفي الإلكتروني، بحيث يتمكن من اختيار القالب المناسب للموضوع الذي سيعرضه على الموقع الإلكتروني، وقد يتطلب منه ذلك تفكيراً عميقاً، ومن الأهمية

بمكان أن يفكر ويحدد المحرر الصحفي الإلكتروني مجموعة أمور، منها:

- 1.1 مدى حاجة الموضوع إلى استخدام الصوت أو الفيديو.
- 1.2 مدى وجود ضرورة لأن يكون النص المكتوب هو العنصر الرئيس في الموضوع ويساعده الصوت والفيديو، أو العكس.

1.3 هل من المناسب أن يعرض الموضوع في شكل فلاش معلوماتي أم فلاش تفاعلي، أم يكتفي بعرضه بصورة نصية تقليدية؟

2. امتلاك عدد من الأدوات الفنية الأساسية، ومنها:

2.1 القدرة على التعامل مع الكاميرا الرقمية منذ التقاط الصورة، وحتى نقلها إلى جهاز الحاسوب.

2.2 القدرة على التعامل مع أجهزة التسجيل الرقمية، منذ بداية التسجيل بشكل متقن وحتى نقل ملفات الصوت إلى جهاز الحاسوب.

2.3 القدرة على التعامل مع بعض البرامج الأساسية للحاسوب، واستخدام البريد الإلكتروني.

3. رفع الكفاءة المهنية في التجاوب السريع مع الحدث.

4. القدرة على الكتابة، وإعادة الصياغة على الجهاز، والاستفادة من الإمكانيات التي يوفرها برنامج معالجة النصوص في التعامل مع المادة الصحفية المكتوبة "المقروءة".

وأرى أن ذلك يمكن أن يتحقق من خلال التمكن من عدد من المهارات، مثل: تغطية الفعاليات من خلال التعامل مباشرة مع جهاز الحاسوب، ومراجعة المادة الصحفية وإرسالها من موقع تواجد المحرر خارج المؤسسة، والقيام بأكثر من مهمة مثل: متابعة الحدث، وكتابة المادة، والتقاط الصور، أو إرسال أخبار موجزة عبر البريد الإلكتروني، ويمكن توسيع صلاحيات المحرر بحيث يسمح له بإدخال إضافات على الموقع، مثل: إضافات على الشريط المتحرك؛ وينبثق ذلك من أهمية الموضوع.

التاسع عشر: ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني:

يتعين على المحرر الصحفي مراعاة مجموعة من الضوابط التي تسهم في الحفاظ على العناصر الإخراجية، وتساعد على زيادة انقراطية الموضوع الصحفي، ومن هذه الضوابط:

1. التوازن في عدد كلمات العناوين، خاصة التي توضع على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية، والصفحات الرئيسية الداخلية، ويكون عدد الكلمات الأمثل يتراوح من 5 - 6 كلمات، بحيث لا تزيد الكلمات أو تقل إلا لضرورة.
2. لا يزيد عدد كلمات العنوان التمهيدي عن 5 كلمات، ولا يقل عن 3 كلمات، ويراعى في العنوان التمهيدي أن يكتب داخل الموضوعات في مستوى صفحة العرض، ولا يوضع على الصفحة الرئيسية للموقع أو الصفحات الرئيسية الداخلية.
3. إعادة صياغة العنوان الرئيسي للخبر أو الموضوع في حالة وضعه على الصفحة الرئيسية بعد حذف العنوان التمهيدي.
4. النقطتان الرأسيتان يتم استخدامهما بعد أسماء الدول في حالة صدور تصريح رسمي من الدولة مصدر الخبر، أما إذا لم يكن التصريح أو الخبر رسمياً فيتم استعمال النقطتين المتجاورتين.
5. تحقيق التوازن في عدد كلمات المقدمة، بحيث تتراوح بين 100 - 120 كلمة في الموضوع الذي يتراوح عدد كلماته من 1000 - 1200 كلمة، وفيما يتعلق بالخبر فيتراوح عدد كلمات المقدمة من 60 - 70 كلمة.
6. تحقيق التوازن في عدد كلمات الموضوع أو الخبر بحيث تتراوح كلمات الموضوع من 1000 - 1200 كلمة، وكلمات الخبر من 600 - 800 كلمة.
7. تحقيق التوازن في عدد كلمات الفقرة الواحدة بحيث لا تكون مقتضبة مخلة بالمضمون، أو طويلة مملة، ويفضل أن تكون كلمات الفقرة في المقدمة من 35 - 40 كلمة، وفي جسم الموضوع تتراوح الفقرة من 60 - 100 كلمة.

8. يفضل أن يكون عدد كلمات العنوان الثانوي الواحد في حدود 3 كلمات، على أن يوضع العنوان الثانوي عند بداية فقرة جديدة.
9. يفضل أن يكون أول عنوان ثانوي بعد الفقرة الثانية وليس قبل ذلك، حتى لا يلتقي بالصورة أو التعليق عليها، وحتى لا يكون قريباً من العنوان الرئيسي للموضوع.
10. يراعى عدم الإسراف في العناوين الثانوية، ويفضل استخدام عنوان واحد بعد كل 300 كلمة في الموضوعات، وبعد كل 250 كلمة في الأخبار.
11. يراعى في تعليقات الصور ألا تزيد عن 7 كلمات في الصور العرضية، ولا تزيد عن 5 كلمات في الصور الطولية.
12. يراعى في تعليقات الصورة أن تكون ذات دلالة إضافية وليست مجرد شرح لمكونات الصورة.

العشرون: الفنون التحريرية وقوالب التحرير الصحفي الإلكتروني

تهدف الورقة البحثية في هذا المطلب التعرف على الفنون التحريرية للصحف الإلكترونية، وقوالب التحرير الصحفي الإلكتروني، والتحديات التي تفرضها الصحافة الإلكترونية على التحرير الإلكتروني.

تقوم البنية الموضوعية للرسالة الصحفية على جدلية العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوى، حيث إن معظم الأفكار الصحفية لا تصلح للمعالجة إلا على مستوى أشكال صحفية معينة، وتؤثر التغييرات التي تطرأ على الأشكال الصحفية على طبيعة المضامين الصحفية، إلى جانب أن التطورات التي تسود المضمون الصحفي تؤثر على طبيعة الشكل الصحفي، حيث إن العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوى علاقة جدلية في الأساس تعتمد على علاقات التأثير.

إن الوظائف المتعددة هي التي توجد الشكل الصحفي المناسب، فكل وظيفة أشكالها الصحفية التي تناسبها، والتي تقوم من خلالها الصحيفة الإلكترونية بأداء

وظائفها المختلفة في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الاتصال الأخرى خاصة في ظل إمكانية الاستفادة من مظاهر التطور التكنولوجي.

أولاً: الفنون التحريرية للصحف الإلكترونية

يختلف أسلوب التحرير الصحفي باختلاف الفنون والأنماط والقوالب الفنية للتحرير الصحفي، وهي:

1) الخبر الصحفي الإلكتروني:

لعل من أبرز معالم التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة كان ظهور "الصحيفة الإلكترونية في إشارة إلى الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها، وطبع ما يرغب بطباعته.

من هنا ظهر مفهوم "الخبر الإلكتروني" الذي يشير إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عملية تحديث مستمرة، وتزود شأنها شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات، إلى جانب ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات⁽¹⁾.

مميزات الخبر الإلكتروني:

1. تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو في حال الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يقدم مزوداً بكل الوسائط السابقة،

(1) حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (العين: دار الكتاب الجامعي، 2003) ص 30، 31، 32.

إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة، كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع للخبر صوتياً.

2. تعدد المصادر وتنوعها، إذ لا يكون المستخدم مكرهاً كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة، وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض لمختلف الروايات في الحدث الواحد.

3. التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

4. البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الإنترنت.

5. ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الأخرى، وتقديم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والشخصيات والأماكن الواردة في الخبر.

خطوات التحرير الصحفي الإخباري:

- 1) التخطيط لتغطية الخبر المتوقع، وتحديد المحاور، وتقسيمها بين المحررين.
- 2) جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة.
- 3) التقاط الصور الرقمية المناسبة للخبر.
- 4) مراجعة المادة الصحفية المكتوبة واستكمالها.
- 5) تقييم المادة لمعرفة مدى صلاحيتها للنشر.
- 6) تجهيز الرسوم التعبيرية واليدوية المصاحبة للموضوع.
- 7) تحديد شكل المادة الإخبارية.
- 8) التحرير النهائي للنص.
- 9) المراجعة النهائية.
- 10) التقييم النهائي للنص وتحديد أولويات النشر.

(2) التقرير الصحفي الإلكتروني:

هو "مجموعة المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها، وحركتها الديناميكية، كما أنه لا يستوعب الجوانب الجوهرية في الحدث كما هو الشأن في الخبر، وإنما يستوعب وصف الزمان، والمكان، والأشخاص، والظروف التي ترتبط بالحدث"، ويسمح التقرير الصحفي بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر⁽¹⁾.

التقرير الإلكتروني: "هو مادة إخبارية تخدم فكرة واحدة، وتعلق على ما هو أعمق من الخبر، ويستمد من المعلومات الموثقة".

شروط التقرير الصحفي الإلكتروني:

- ❖ ينبغي أن تتوفر في التقرير الصحفي الإلكتروني مجموعة من الشروط، هي:
- ❖ ألا تتجاوز عدد كلماته 400 كلمة.
- ❖ الالتزام باللغة المباشرة، والأسلوب البسيط الواضح.
- ❖ يمكن استخدام معلومات وإحصائيات لتعزيز محتواه في أقل قدر ممكن من الكلمات.
- ❖ لا يذكر المحرر رأيه في التقرير الإلكتروني.

عناصر التقرير الإلكتروني:

- ❖ تمهيد عن موضوع التقرير.
- ❖ شرح الأحداث الجارية.
- ❖ خلفية عن الأحداث الماضية.
- ❖ تفسيرات وتعليقات الأشخاص المشتركين في الحدث.
- ❖ وثائق وإحصاءات في موضوع التقرير.

(1) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، الطبعة الخامسة (القاهرة: عالم الكتب، 1996) ص 135.

- ❖ مشاهد حية من قلب الأحداث.
- ❖ الربط بمواقع لها علاقة بموضوع التقرير.
- ❖ نتائج الحدث.

(3) التحقيق الصحفي:

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحوار والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، ويعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في أي مؤسسة إعلامية، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

(4) فن الحديث الصحفي:

الحديث الصحفي هو: "فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وقد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب طريفة أو غريبة، أو مسلية في حياة هذه الشخصية"⁽¹⁾.

لا يختلف الحديث الصحفي الإلكتروني عن الحديث الصحفي، إلا أن صياغته تأخذ جانباً من الاعتبارات التي توفرها التقنية الحديثة التي تسمح للصحفي بكتابة الحديث الصحفي باستخدام وسائل أخرى إلى جانب الكلمات، مثل: لقطات الفيديو، والمقاطع الصوتية، والروابط الفائقة.

خطوات تحرير النص غير الإخباري: التقرير، والتحقيق، والحديث:

1. اختيار الفكرة وتحديد لها، ويجب أن تكون الفكرة جديدة، أو يتم تناولها من زاوية جديدة.
2. مراجعة الفكرة وتحديد لها وإقرارها من المحرر المسئول.
3. جمع الخلفيات والمعلومات والتفاصيل المكتوبة أو المصورة.
4. جمع المعلومات اللازمة لنص الحديث، ويتم جمعها بواسطة المحرر أو فريق العمل، وتجمع من المصادر الوثائقية أو من المصادر الحية.
5. التقاط الصور الرقمية وتجهيز الرسوم.
6. مراجعة النص واستكمال المواد الناقصة التي تم جمعها.
7. تحديد شكل الموضوع والبناء الفني.
8. تحرير النص الصحفي.
9. المراجعة النهائية للنص لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً وقانونياً.
10. التقييم النهائي وتحديد أولوية النشر.

(1) جواد اللو، فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية، الطبعة الأولى (غزة: دار البشير للطباعة والنشر والتوزيع، 1995) ص 9.

(5) فن المقال الصحفي:

يعد المقال الصحفي الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة، وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية والجارية، وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، ويقوم المقال بشرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف أبعادها ودلالاتها المختلفة، ويتمتع المقال الصحفي بخاصية النشر اليومي، مثل: المقال الافتتاحي.

يعتمد المقال على طرح فكرة جديدة أو رؤية خاصة لموقف من مواقف الحياة، أو يعرض مشكلة أو قضية أو حدث، ويكشف عن أبعادها، ومعانيها، ويساعد في تكوين وجهة نظر تجاهها، وينشر في مواقع بارزة على صفحات الصحف، ويوضع له أيقونة مميزة في الصحف الإلكترونية.

وفيما يتعلق بالعمود الصحفي يتعين الإشارة إلى أن الصحيفة الإلكترونية لا تعتمد على الأعمدة مثل الصحيفة المطبوعة، بل تعتمد على الفضاء الذي تتيحه الشاشة.

خطوات تحرير النص غير الإخباري "المقال":

1. تحديد فكرة النص الأصلي.
2. تحديد المعلومات اللازمة.
3. جمع البيانات الحالية والراهنة.
4. اختيار البناء الفني لنص المقال.
5. تحرير المقال.
6. مراجعة المقال لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً وقانونياً.
7. استكمال المعلومات وإعادة الصياغة في بعض الأحيان.
8. التقييم النهائي وتحديد أولوية النشر.

(6) القصة الصحفية الإلكترونية:

هي القصة التي تبنى على خبر صحفي، ويجد الصحفي أنه يمكن أن يكتب عنها موضوعاً جذاباً، وتحتاج القصة الصحفية الإلكترونية أن يكتبها الصحفي الذي يتمتع بالإحساس الصحفي، حيث يستطيع أن يتنبأ بالأحداث، ويستعين بالوسائل التي تساعد على كتابتها في وقتها ومكانها، وتركز القصة الإخبارية على إخبار القارئ بما حدث، وأين، ومتى، وغير ذلك من الأسئلة الإخبارية، مع الاستعانة بوجهات النظر والاقتباس من التصريحات.

عناصر بناء القصة الصحفية:

- ❖ مقدمة تتضمن أكثر من زاوية إخبارية.
- ❖ معلومات لشرح وتفسير ما ورد في المقدمة.
- ❖ مادة ثانوية وعدد من الموضوعات والزوايا الإخبارية الفرعية.
- ❖ خدمات ضرورية.
- ❖ تفسير أكثر للأفكار المتضمنة في المقدمة.

(7) التغطية الخاصة:

تركز على الشكل المباشر، وتقديم صورة أكثر مباشرة للموضوع، وهي التغطية المستخدمة لإضاءة حدث معين، وإبرازه باستخدام تقنيات الإنترنت، ويستخدم هذا الفن تقنية الفلاش.

(8) الكاريكاتير:

فن ساخر من فنون الرسم، وهو صورة تبالغ في إظهار تحريف الملامح الطبيعية أو خصائص ومميزات شخص أو جسم ما؛ بهدف السخرية أو النقد الاجتماعي والسياسي، وفن الكاريكاتير له القدرة على النقد بما يفوق المقالات والتقارير الصحفية أحياناً.

يقوم الكاريكاتير بدور بارز في النقد حيث يعكس شخصية الفنان الذي يرسمه، وهو يمثل أحد الأشكال الصحفية الخاصة بالرأي يحمل فكرة ما، ويلفت انتباه القراء إلى موضوع هام، ويقوم الرسام بتقديمها للقارئ في خطوط معبرة، ثم يضيف إليها كلمات قليلة، ولكنها لاذعة.

تفرد الصحف الإلكترونية وصلة مخصصة لعرض صورة الكاريكاتير كاملة، وقد تضع أرشيفاً كاملاً للكاريكاتير على مواقعها الإلكترونية.

(9) الماكرات:

تتناول الماكرات ما يحدث في جلسات الهيئات ذات الصلة بالمصالح العليا للدول، والتي تهتم بجمهور القراء، وهو ما يشير إلى أن الماكرات تقوم بالكتابة عن الهيئات والمنظمات والمجالس التي ترفع مصالح هذه الفئة من الجمهور، ويتعين على كاتب الماكرات أن يختار الموضوع الذي يهم غالبية جمهور القراء، وتأخذ الماكرات أشكالاً عديدة، مثل: الماكرات القضائية، والماكرات الدبلوماسية، والماكرات النيابية.

"اتخذ فن الماكرات أهمية خاصة في الصحف الإلكترونية؛ ويرجع ذلك لما تقدمه الصحف الإلكترونية لجمهور القراء من خدمات ومعلومات حول ما يجري من شئون داخلية وخارجية، تتعلق مصالح القراء، وتدخل في حياتهم اليومية".

مما سبق يتبين أن أشكال الفنون الصحفية المستخدمة في الصحيفة الإلكترونية لا تختلف عن أشكال الفنون الصحفية في الصحيفة المطبوعة، إلا أن الاختلاف الرئيس يكمن في الإضافات التي أوجدتها التقنيات التكنولوجية الحديثة، ومن صورها: استثمار إمكانيات الوسائط المتعددة، والوسائط الفائقة، والنص الفائق، إلى جانب توظيف الصوت والصورة في داخل تلك الفنون الصحفية، مما منح هذه الفنون حيوية، وباتت قادرة على جذب جمهور القراء، هذا إلى جانب حجم المعلومات الذي توفره الصحافة الإلكترونية، وتنوع مصادر المعلومات الصحفية، وتخصيصها.

ثانياً: استخدام الفنون الصحفية بشكل مركز:

إن أهم ما يميز موقع الصحيفة الإلكترونية عن غيره من المواقع اعتماده على محترفين في المجال الصحفي، واستخدامه لعدد من الفنون الصحفية، فلا يركز على الخبر فقط كما تفعل المواقع الإخبارية التي تعتبره المادة الرئيسة للموقع، إلى جانب أن التركيز على استخدام مختلف الفنون الصحفية يكسب الموقع سمة تميزه عن سائر المواقع التي قد تكون خدمية أو تجارية أو حكومية مع الرغبة في الاستفادة من مزايا الإنترنت، وطور الصحفيون العديد ممن الفنون المستحدثة التي تقدمها الويب كوسيلة اتصالية، مثل:

1. ما بعد النشر المطبوع:

يتمثل هذا في إعادة تقديم المواد التي سبق نشرها مطبوعة مضافاً إليها عناصر أخرى، مثل: تطبيقات الوسائط المتعددة، وإمكانيات الربط والإحالة عن طريق الوصلات، ويعد هذا الشكل فعالاً عند التعامل مع مواد سبق عرضها مطبوعة؛ لكونه يسمح بإدخال التجديد والتعديل عليها حتى تصلح للنشر الفوري لكنه في الوقت نفسه لا يستفيد بشكل كامل من إمكانيات ومزايا النشر الفوري.

2. الشكل التفاعلي:

يعتمد هذا الشكل على الدمج بين البناء السردى الخطي وغير الخطي مع إرشاد المستخدم لكيفية تعامله مع المادة، ويمكن هذا الشكل من استخدام الرسوم المتحركة، والمواد الصوتية، ولقطات الفيديو وغيرها من العناصر النشطة؛ لتدعيم القصص الإخبارية والموضوعات المختلفة.

3. الشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح:

يعد هذا الشكل أحد الأساليب الفعالة في عرض وتقديم الموضوعات الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ويتجاوز مجرد عرض عدة صور حول حدث ما،

ويعتمد على توظيف الصور المتغيرة والعناصر الجرافيكية مضافاً إليها التعليقات المصاحبة لتقديم مادة مصورة متكاملة، ويراعى وجود ترتيب أو نظام محدد للربط بين الصور وغيرها من العناصر الجرافيكية.

4. القصص المسموعة:

تأتي أهمية إضافة المادة الصوتية لقالب عرض القصص والموضوعات الإخبارية عندما تقدم هذه المادة الصوتية معنى جديد أو إضافة لا يمكن أن تقدمها الكلمات المكتوبة، ومن الأهمية بمكان ربط المادة النصية بالمادة الصوتية يصاحبها صورة للمصدر المتحدث وغير ذلك من الأساليب الحديثة للاستفادة من إمكانيات الإنترنت.

5. العرض السردى باستخدام الشرائح:

يعتمد هذا الشكل على الدمج بين أسلوب عرض الشرائح المصورة إلى جانب المادة الصوتية ولقطات الفيديو لتقديم الموضوع الصحفي في قالب، ويتم فيه عرض الصور بتتابع يصاحبها الملفات الصوتية فيكون الشكل النهائي أشبه بفيلم متكامل، وهو يشبه الأسلوب أو الاتجاه الوثائقي، ويمكن استخدامه بفاعلية في عرض القصص التي تتضمن صور وملفات صوتية مؤثرة ومعبرة.

6. الدردشة الحية:

تمثل الشكل التفاعلي للأسلوب التقليدي المعروف بالسؤال والإجابة، والذي استخدم في عرض بعض الموضوعات في الصحافة التقليدية، بينما في النشر الفوري فإن إمكانية استقبال الأسئلة من أفراد الجمهور تعد وسيلة فعالة لعرض المعلومات ومناقشة القضايا المختلفة.

7. القصص التي تعتمد على الرسومات الساخرة:

يمكن الاعتماد على الرسوم الساخرة لتقديم وعرض الموضوعات والقصص المختلفة خاصة في حالة عدم وجود مواد مصورة أو لقطات فيديو، إلا أن استخدامها يجب أن يكون مقترناً بهدف ووظيفة تحققها، وأن تقدم للقارئ معلومة أو فكرة؛ حتى لا يتجاهلها مستخدم الموقع الفوري، ويمكن في هذه الحالة أن يكون هذا الأسلوب فعالاً وناجحاً.

8. شكل الوسائط المتعددة التفاعلية:

يمكن دمج أشكال متعددة لعرض القصص الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، وعند دمج هذه العناصر يتم الحصول على نموذج واحد متكامل لكنه متعدد العناصر والأبعاد.

9. القصص الجانبية:

ترتب على ضرورة الاختصار والتركيز في تقديم القصة الإخبارية ظهور حاجة أخرى ترتبط بتقديم عناصر فرعية وجوانب مختلفة للحدث الرئيسي في شكل قصص جانبية يطلع عليها المستخدم المهتم إذا أراد، وهي تكون منفصلة عن القصة الأساسية؛ حتى لا تعوق سرعة متابعة المستخدم لها، وتظهر هذه القصص الجانبية كمحاور فرعية منفصلة عن القصة الأساسية ويمكن للمستخدم اختيار ما يهمله منها والانتقال إليه مباشرة دون الاضطرار لقراءة قصة طويلة.

ثالثاً: قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني:

بحثت الصحف الإلكترونية عن قوالب تحريرية جديدة لتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية، وجاء ذلك وليد تطور أشكال الاتصال، والكم الهائل من المعلومات حول الحدث أو القضية أو المشكلة أو الظاهرة، ويمكن الوقوف على قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني على النحو الآتي:

1. قالب الهرم المقلوب:

يتيح استخدام هذا القالب الاستعانة بالمقدمة الموجزة، والانتقال منها لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسية داخل الموضوع، وكل منها مكتوب بشكل مستقل مع وجود علاقة لا خطية تربط كل هذه المحاور مع بعضها البعض، ويناسب قالب الهرم المقلوب كتابة الأخبار والقصص الإخبارية.

يبدأ قالب الهرم المقلوب بأهم المعلومات؛ لأن مستخدم الإنترنت لا يقضي وقتاً طويلاً في قراءة الكثير من المواد، ولا قراءة العديد من الفقرات داخل الموضوع الواحد وإنما يتجه إلى المعلومات التي تهمة بسرعة.

2. قالب السرد المتسلسل:

يعتمد هذا القالب على تقسيم المادة إلى مقاطع قصيرة، لكنها تكتب بطريقة خطية سردية بدون وصلات تتيح الانتقال غير الخطي، ويراعى في هذا القالب وضع نهاية مشوقة لكل فقرة، ويناسب النموذج السابق المواد ذات الطبيعة القصصية والدرامية.

3. قالب الكتل النصية بحجم الشاشة:

يتم في هذا القالب عرض المادة على شكل وحدات أو كتل كل منها بحجم شاشة واحدة، وتوجد وصلات بينها لكنها تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات، مثل: التالي، السابق، بحيث تبدو كل وحدة منها امتداد لما سبق وتمهيد للتالي، ولذا فليس لها نهاية محددة، وقد توجد وصلات خارجية تنقل لصفحات ومواقع أخرى على الإنترنت، ويناسب هذا القالب القصص والموضوعات التي تحتوي على عدة أحداث وكلها مترابطة بشكل منطقي.

4. قالب النص الطويل:

يقوم هذا القالب على عرض النص على شاشات متتالية بحيث يتصفح المستخدم عن طريق أشرطة التصفح، ويستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي، ويلاحظ أن هذا الشكل لا يختلف عن الشكل الخطي التقليدي في المطبوعة.

إلى جانب القوالب سابقة الذكر هناك مجموعة أخرى من قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني، يمكن الوقوف عليها على النحو الآتي:

القالب غير الخطي "غير الطولي":

يعد هذا القالب عكس القالب الخطي "الطولي" الذي يقوم على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما لو كانت في خط مستقيم، وفيها لا يسيطر القارئ على تتابع الأحداث داخل الخبر، ويناسب هذا القالب الأخبار المنشورة في الصحيفة الإلكترونية، ويقوم على وجود وصلات متعددة، تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر، ويموجب هذا القالب يبنى الخبر في صيغة مقاطع بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات إلى جسمه وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع.

نمط لوحة التصميم:

يعد هذا القالب من الأنماط الجيدة في تحرير الأخبار التي أفرزتها شبكة الإنترنت، ويسمى نمط لوحة التصميم، ويأخذ في اعتباره أن الخبر الإلكتروني يتميز عن الخبر المطبوع باستخدام كافة الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، ويتم في هذا النمط إدخال الصوت والصورة ورجع الصدى إلى القصة الإخبارية.

نمط المقاطع:

يناسب هذا النمط الأخبار المركبة والمعقدة والقصص الخبرية، ويقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع، والتعامل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة، ويقسم الخبر إلى أجزاء وفقاً لترتيب وقوع الأحداث، أو وفقاً للتطور الزمني للحدث.

نمط القائمة:

يقتيد هذا النمط في تحرير الأخبار عندما يكون لدى المحرر عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها، ويقوم على وضع معلومات الخبر في شكل قوائم داخل الخبر أو في خاتمته، ويمكن استخدامه في الأخبار التي تتعلق بدراسات، ونتائج بحوث وبرامج الحكومة، والتقارير الاقتصادية.

نمط الدائرة:

يتم فيه تحرير الخبر في شكل دائرة، يكون الاستهلال فيها هو النقطة الرئيسية، وكل النقاط المساندة يجب أن تعود إلى النقطة المركزية في الاستهلال، وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الوقائع حسب تدني درجة الأهمية، مع مراعاة أن كل جزء من الخبر متساو في الأهمية، وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال.

قالب الساعة الرملية:

يتكون من مقدمة ملخصة، ثم معلومات خلفية عن الحدث، يليه إبراز أهم وجهات نظر أطراف الحدث، ثم عرض زمني متتالي للأحداث الفرعية في الخبر.

نمط ول ستريت جورنال:

يبدأ هذا النمط باستهلال خفيف حول شخص، أو مشهد، أو حادثة، وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام، ويبدأ بشخص، أو مكان، أو حدث يوضح النقطة الرئيسة في الخبر، والاستهلال قد يكون وصفيًا، أو سرديًا، أو مكانيًا، ويتبع ذلك فقرة مركزية توضح مغزى الخبر، ثم يرتب جسم الخبر حسب وجهات النظر المختلفة، وتفضيلات تتعلق بمحور الخبر، وتكون الخاتمة دائرية، ويستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر الاستهلال.

رابعاً: تحديات تفرضها الصحافة الإلكترونية على التحرير الإلكتروني⁽¹⁾:

توجد مجموعة من التحديات التي تواجه عمل الصحافة الإلكترونية ويتعين على من يعمل فيها بمن فيهم المحررين أن يعلم بها ويعيها، وهذه التحديات هي:

1. تعدد المهارات:

يتعامل المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية مع بيئة متعددة الوسائط والخدمات، مما يتطلب منه أن يجيد استخدام مهارات يدوية متعددة، مثل: مهارات استخدام المسجلات الرقمية، ومهارات استخدام الكاميرات الرقمية، ومهارات العمل ميدانياً بالورقة، والقلم، والحاسب الآلي، والهاتف المحمول، إلى جانب استخدام مهارات تحرير الصور، ومهارات استخدام برامج معالجة النصوص، ومهارات استخدام برامج التحميل على الويب، ومهارات استخدام البريد الإلكتروني.

(1) جواد الدلو، فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية، الطبعة الأولى (غزة: دار البشير للطباعة والنشر والتوزيع، 1995) ص9.

2. تعدد الأعباء:

لا ينتهي دور المحرر في الصحافة الإلكترونية عند جمع المعلومات وإعدادها في نص مكتوب كما هو الحال في الصحافة المطبوعة، إنما في الصحافة الإلكترونية تتعدد الأعباء التي يقوم بها من حيث إعداد النص المكتوب، أو الملف الصوتي أو الملف المرئي الذي حصل عليه من موقع الحدث، إضافة إلى أن ذلك يتطلب البحث عن خبراء في القضية، وتجهيزهم للرد على أسئلة الجمهور عبر الموقع، والبحث عن مواقع ذات علاقة بالقضية التي يعالجها، أو يتيح مجالاً للحوار والنقاش حولها ويقوم بمتابعته.

3. تغيير برامج التعليم والإعداد:

أثر التطور الذي شهدته الصحافة الإلكترونية على المناهج الدراسية والدورات التدريبية المتعلقة بالتعليم، حيث ظهرت في المجتمع الأكاديمي مناهج دراسية عديدة متعلقة بالصحافة الإلكترونية.

« الفصل الخامس »



إخراج وتنظيم الصفحة الإلكترونية

الفصل الخامس

إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية

مقدمة:

إن التطور التكنولوجي الذي شهدته حياة الإنسان في العصر الحديث، اعتري مختلف المستويات والجوانب، فلم يكن الإعلام بمنأى أو منجى من ذلك، بقدر ما كان العنصر الأكثر حظا من ذلك التحول، كيف لا؟ وقد كان نفسه طرفا مشاركا وفعالا في تحول العالم وتبدله، فلم يعد الحديث عن الإعلام باعتباره مجرد آلية لتوصيل الخبر، بل ظهر مصطلحات كثيرة لها دور كبير في الإعلام، مثل صحافة المواطن والمستقبل المرسل وأصبح الإعلام ذو قوة ظاهرة تؤثر بشكل سحري في الجمهور، ومن ثم تساهم في تشكيل مفاهيمهم وتوجيهها.

وكان لاستخدام شبكة الانترنت كصحافة شبكات السبب الرئيس في ظهور صحافة الانترنت حيث كانت بداية الاستخدام بنشر الصحف المطبوعة على مواقع خاصة بها على شبكة الانترنت بداية من عام 1992 عندما نشرت صحيفة شيكاغو تريبيون طبعتها على شبكة الانترنت. (عبد الحميد، 2007، 183)

حيث اعتبر البعض أن من أبرز معالم التطور الذي شهدته صناعة الصحافة خلال السنوات الماضية مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسبات وكذلك تكنولوجيا الاتصال الشبكي ظهور ما يسمى بالصحيفة الإلكترونية. (علم الدين، 2008، 7)

وتركزت فكرة عمل الصحيفة الإلكترونية منذ البدايات على بث المادة الصحفية على شبكة الانترنت العالمية مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال (حسين، 2006، 39)

وقد ربط بعض الكتاب الصحيفة الالكترونية بالصحيفة الورقية بأنه الأولى هي نشر ما يتم إنتاجه في الثانية. (نصرو عبد الرحمن، 2003، 28)

وقد كان اهتمام القارئ على الصحف الإلكترونية بارزا وواضحا بإخراجها وتصميمها بشكل اشترطوا عليه في البداية أن يكون تقليد للأصل الورقي، ولكن بعد ذلك بدأ الاهتمام والاستقلال عن الأصل الورقي وخلص شخصية مستقلة بذاته، وتؤكد إحدى الدراسات أن الصحفيين يعولون بدرجة كبيرة على أهمية الشكل، وأنهم يرون أن أهم الوسائل لجذب القراء إلى مواقع الصحف الإلكترونية هي جودة تصميم الويب التي تقدمها هذه المواقع وتنفر بها عن غيرها" (Sandra Utt and Steve POasternack, 2003)

أولاً: الإخراج الصحفي في الصحيفة المطبوعة:

ليس هناك خلاف على أن الإخراج الصحفي لتصميم الصحيفة الورقية يعد خطوة من خطوات إنتاج الصحيفة وهي الخطوة المتعلقة بالشكل الذي تقدم به الصحف ما يتوافر لديها من مواد صحفية، ولعلم الإخراج الصحفي الورقي أسس ومبادئ وأدوار وظيفية، وتتجسد الأدوار الوظيفية للإخراج الصحفي في عمله على تقديم المضامين الصحفية التي تشبع حاجات القراء الاتصالية بطرق فنية سهلة جذابة ومشوقة، كما تتجسد في الاتجاهات الحديثة والإجراءات الوظيفية الخاصة بالإخراج الصفحة الأولى لكونها أهم صفحات الجريدة. (العسكر، 1998، 7-8)

فمن هنا يتضح أن الإخراج الصحفي ليس عشوائي، بل له أدوار وظيفية يقوم بها، ومن أجل تحقيق هذه الأدوار الوظيفية فهو يستخدم عددا من العناصر يطلق عليها (العناصر التيبوغرافية) وتوزيعها على الصفحات بما يحقق الهدف العام ألا وهو نشر المضامين بصورة جيدة.

ثانياً: التصميم الإلكتروني:

لوجئنا إلى التصميم الإلكتروني نجد أنه هناك شبه إجماع على أن يطلقوا على تصميم الصفحات الخاصة بالصحف الإلكترونية لفظ (تصميم) وليس إخراج، ولكن ما نلاحظه أن القائمين على المؤسسات الصحفية لم يتجردوا من عملهم في الصحيفة الورقية المطبوعة التي يعتبر الإخراج الصحفي من أهم مراحلها، فاستطاعوا أن ينقلوا مبادئ الإخراج الصحفي من توازن وتباين... إلى الصحافة الإلكترونية، وكذلك توظيف ما يسمى في الإخراج الصحفي بالعناصر التيبوغرافية، وفي المواقع الصحفية الإلكترونية يسمى بالعناصر التي تحتوي عليها الصفحة أو الموقع.

فمن هنا نجد أن التصميم للمواقع الصحفية الإلكترونية لم يوجد لوحده، رغم أن القائمين عليه هم عادة وفي معظم المواقع الصحفية في العام وحتى الدول المتقدمة هم الفنيين أو التقنيين الذين يتقنون التعامل مع الأكواد الإلكترونية، والبرمجيات، على خلاف الإخراج الصحفي الذي يقوم عليه عدد من الصحفيين الذي لديهم الرؤية الصحفية، إلا أنه لوحظ في الآونة الأخيرة ظهور العديد من الدراسات التي تهتم بتوضيح القوانين التي يجب أن يعمل بمقتضاها هؤلاء التقنيين والفنيين عند تصميمهم بالمواقع الإلكترونية، فقد استطاع القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية أن ينقلوا أسس الإخراج إلى الصحف الإلكترونية وأن يطبقوها بما يخدم المواقع الصحفية الإلكترونية والاستفادة منها.

وقد أورد د. ماجد تريان عن إحدى الدراسات الأجنبية ما يؤكد وجهة النظر هذه حيث قال "ويجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية، والصحف المطبوعة، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات، عند تصميم الصحف الإلكترونية ويرى آخرون أن 80% من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية،

وخاصة ما يتعلق باستخدام الألوان، الفراغات، الهوامش، التباين، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيطتين إلى حد ما" (تريان، 2008، 199)

وقد أكدت العديد من الدراسات هذه الرؤية حيث ذكرت د. منار فتحي محمد، نقلاً عن إحدى الدراسات الأجنبية قولها "بالرغم من حداثة مجال تصميم الويب إلا أنه ينحدر من المجالات الأخرى للتصميم، لذا تعتمد ممارسات تصميم الويب على المعارف الموجودة بالفعل، وتتنوع التخصصات والمهارات التي يعتمد عليها تصميم الويب" (محمد، 2011، 134)

ومن المعروف أن مصممو الصحف الإلكترونية يستخدمون نفس العناصر التي يستخدمها مصممو الإصدارات الورقية المطبوعة تقريباً من عناوين، ونصوص، وصور، وألوان، وفواصل، وجداول، إلى جانب عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الإلكترونية مثل: الوصلات، ووسائل التجول، والفيديو، والصوت، من أجل تحقيق القيم الأساسية نفسها، المطلوب توافرها في التصميم الناجح مثل: الاتزان، والتباين، والتناسب، والتجوال، والوحدة، والتميز، والإيقاع.

ثالثاً: تعريف تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية:

يعرفه حلمي محسب بأنه: "الطريقة التي تقدم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية، والعناصر البنائية، والتصميم، لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته". (محسب، 2007، 10)

ويعرفه زيد منير سليمان بأنه: "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة، لاسيما واجهة الصحيفة الإلكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة". (سليمان، 2009، 40)

رابعاً: عناصر تصميم الصحف الإلكترونية:

اختلف الكتاب حول تصنيف عناصر تصميم الصحف الإلكترونية فبعضها قسمها إلى تقليدية وغير تقليدية، وبعضهم قسمها إلى بنائية أساسية وأخرى إضافية... وتقسيمات أخرى وتصنيفات، وهناك تصنيفات التفاعلية وعدم التفاعلية، وهنا سوف نعتمد على بعض العناوين التي سنضع أسفلها تصنيفات عناصر تصميم الصحف الإلكترونية، بما يحقق أكبر قدر من التعرف على هذه العناصر وشملها.

أ) عناصر الوسائط المتعددة:

إنه أهم ما يميز الصحافة الإلكترونية هو تعدد الوسائط، فإذا كان الراديو يقدم الصوت، والتليفزيون يقدم الصوت والصورة، والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً بشكل مترابط، وفي قمة الانسجام والإفادة، ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحف الإلكترونية التي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً الذي يتم فيه جمع وتخزين وبحث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتاً أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفاً رقمياً على حاسب أو موقع على الانترنت بداخله نص أو صوت أو صورة.

لذلك سوف نتناول عناصر الإخراجية التي تتكون منها الصحيفة الإلكترونية من خلال مفهومنا للوسائل الفائقة والتي تجمع بين الوسائل المتعددة والنصوص الفائقة، فهي من ناحية تعدد تعتبر وسائل متعددة، ومن ناحية النشاط والتدفق، تفيض كل وسيلة بنفس مفهوم النصوص الفائقة، فتضم الوسائل الفائقة بجانب النصوص الفائقة، الصور الفائقة، الرسوم الفائقة، والأصوات الفائقة... إلى غيرها، ويمكن تعريف الوسائل الفائقة بأنها نظام لتخزين المعلومات النصية والمصورة والرسومية والصوتية في مقاطع تصل بينها وصلات، يستخدمها المتلقي حسب الحاجة، وتشكل مقاطع المعلومات والوصلات بينها قادة بيانات الوسائل الفائقة التي يتم تنظيمها بنفس طرق وأساليب تصميم النص

الفائق في العلاقة بين مقاطع أو أجزاء أو روابط بكل وسيلة على حدة أو العلاقة بين المقاطع والروابط في الوسائل المتعددة أو بعضها. (عبد الحميد، 2007، 126 – 127)

أولاً: النص:

على الرغم من احتواء الانترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في يسر وسهولة إلا أن النص ما زال في المركز الأول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي والدلالي.

ويحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على: العناوين، والمقدمات والجسم، ولكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الإنقرائية، فالمخرج يهدف من وراء الإنقرائية تقديم شكل يريح القارئ بصرياً ونفسياً لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون وتحديد أروقة الدخول إلى النص من خلال العناوين الأساسية والفرعية والمقدمات لتتنقل القارئ في يسر وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراءة. (محسب، 2007، 61-62)

وتعتبر الوصلات التشعبية هي أساس الإنترنت، ويعنى أيها من الأساسيات المهمة في بناء هيكل سليم وواضح لصفحة الويب، وتعنى الوصلات التشعبية بالخيوط التي تؤلف حلقات الوصل بين الملايين من مواقعها، بمجرد النقر على وصلة ما يتم التنقل إلى صفحة أخرى في نفس الموقع، والنقر على وصلة أخرى في نفس الوقت تحمل ملفاً، وأخرى تشغل مقطعاً موسيقياً، وثالثة تعرض الصورة.. (الشرييني، 2008، 26)

وينقسم النص المتشعب حسب استخدامه إلى ثلاثة أنواع: (مروة، 2007، 204)

النوع الأول: النص المتشعب الداخلي: وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلى نص آخر موجود على الصفحة ذاتها، فيساعده في الوصول إلى بداية الصفحة، ويسمى هذا النص عامة (Top Page)، أو يساعده في الوصول إلى نهاية الصفحة ويسمى هذا النص (End Page).

النوع الثاني: النص المتشعب الخارجي: وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلى صفحة أخرى موجودة على موقع آخر خارجي بخلاف الموقع الأساسي الذي يتصفح القارئ، ويتميز هذا النوع بقدرته على إعطاء القارئ معلومات إضافية عن الموضوع الذي يقرأه.

النوع الثالث: النص المتشعب الوسيط: الذي يحيل المتصفح إلى موضوعات داخل الموقع ذاته ولكن داخل صفحات أخرى من الموقع، وقد انبثق عن هذا المصطلح مصطلح آخر هو الربط المتشعب، وهذا المصطلح أعم من مصطلح النص المتشعب، والذي يعني أن المستخدم إذا ما ضغط على صورة أو نص أو رسم أو شكل يحيله إلى صفحة أخرى أو إلى موقع آخر بخلاف الموقع الأساسي الذي هو بصددده، ولكن معظم المبرمجين اعتادوا على استخدام النص المتشعب لوصف أي رابطة، سواء كانت هذه الرابطة نصاً أو صورة أو رسوماً.

وظائف النص الفائق:

وهناك عدد من الوظائف التي يقدمها النص الفائق، وهي كما يلي:

(مروة، 2007، 204)

1. يلخص النص المتشعب المعلومات في مستويات مختلفة للمساعدة في تحميل الصفحات.

2. يقدم النص المتشعب المعلومات وفقاً لاحتياج القارئ.

3. يعرض النص المتشعب عدداً من التقنيات المرئية والمسموعة والتي تستخدم لتحسين فهم النص.
4. يَوْم النص المتشعب بتكسير النص إلى وحدات صغيرة عندما يكون النص كبير الحجم.
5. يعتمد في عمله على الرابط الذي يعمل على ربط المستخدم بجميع وحدات التخزين المتصلة بالشبكات وشبكة الإنترنت.

ثانياً: الصورة؛

إن الحديث عن أهمية الصورة من الناحية الإخراجية تناولته أبحاث كثيرة سواء بصفة مستقلة أو مفردة له قسط من الأبحاث التي تتناول العناصر البنائية، وبصفة عامة فإن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء، وتتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الإنترنت، وهناك عدد كبير من أنواع الصور، منها: صور GIF، وصور JPEG وصور PNG، وهذه هي أكثر أنواع الصور وجوداً على الإنترنت.

ثالثاً: الصوت؛

يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تداخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان، ويجب ملاحظة نقطتين مهمتين عن موجات الصوت الأساسية، الأولى: الاتساع، وهو المسافة بين خط المنتصف (الصمت) والخط الأعلى والخط الأسفل لذروة الموجة، وتعني قمة الموجة الصوت العالي، بينما يعني قاعدة الصوت المنخفض، الثانية: التردد وهو سرعة حركة الموجة (عدد الموجات التي تمر خلال ثانية) والتردد العالي ينتج عنه ترددات سريعة تؤدي إي إيقاع بطيء.

وعلى مخرج الصحيفة الإلكترونية أن يدرك أنه لا يستطيع أن يتوصل على دقة الصوت الأصلي، فيما أن الصوت الأصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات فإن الوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد درياً من المحال، وتتخذ ملفات الصوت على الانترنت عدداً من الصيغ أهمها (au, SND, UNIX, Wave, WMA,RA K (MP3, MP2, AIF, AI (محسب، 2007، 123-126)

رابعاً: الفيديو:

تنبع أهمية الفيديو بصفة عامة من كونها تجسيدا للأحداث جاعلة المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته، بيد أن ملفات الفيديو على الانترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى، إلا أن هذه القيدين آخذان في الانحسار شيئاً فشيئاً، وفقاً للبنى التحتية لشبكات الإنترنت، والطريق السريع للمعلومات، لكي تقرب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني.

ويجب أن يضع مخرج الصحيفة الإلكترونية لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون نصب عينيه، وكذلك لقطات الفيديو المأخوذة من الكاميرات الرقمية، فلكل واحدة لها طبيعتها الخاصة، ومن أشهر أنواع ملفات الفيديو (Quick Times MPEG – Video for Window"VFW" – (محسب، 2007، 126-127)

(ب) العناصر البنائية المساعدة:

أولاً: الألوان:

إن الألوان المختلفة تنشأ عن نماذج للألوان الأولية "الأحمر والأصفر، والأزرق، وعلى هذا يتم تقسيم الألوان إلى ثلاث فئات رئيسية كالتالي: (الشرييني، 2008، 137)

1. ألوان أولية: وهي الأحمر والأصفر والأزرق.

2. ألوان ناشئة: وهي عبارة عن امتزاج لوني من الألوان الأولية مثل الأحمر والأصفر حيث ينشأ البرتقالي.

3. ألوان وسيطة: وهي تنشأ من امتزاج عدة ألوان أولية وناشئة.

ثانياً: الحدود والفواصل:

صحيح أن الحدود والفواصل هي عناصر لا تحتوي على معلومات في حد ذاتها، إلا أنها تعد عناصر مساعدة في إبراز المضمون وتنظيمه وتنسيقه، ولا تقل أهمية عن المعلومات، فبدونها تختلط جميع العناصر البنائية الأساسية من صور ونصوص ووسائط فائقة ووسائط متعددة مع بعضها البعض، كما تفقد العين مسار رؤيتها ولا تستطيع أن تسير بين أكوام المعلومات المكدسة وغير المنظمة، فالفواصل تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض، كما تقوم بتقديم مساحات بيضاء تترك لعين المستخدم حرية الحركة والتنقل من مكان إلى آخر عبر الصفحة في يسر وسهولة وانسياب.

خامساً: مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية:

عند الحديث عن تصميم الصحف الإلكترونية، ومبادئ التصميم ند أن هناك تباين في تناول العلماء لتلك المبادئ، وهناك من رأى أنها تتكون من أربعة مبادئ فقط، والبعض الآخر رأى أنها تتكون من سبعة مبادئ، وهناك من رأى أنها تتكون من تسعة مبادئ، إضافة إلى ذلك هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم، والعكس صحيح أيضاً.

وهنا نعرض لهذه المبادئ بشيء من الإيجاز، فعرض هذه المبادئ بالتفصيل يحتاج إلى العديد من الدراسات، فالهدف الأساسي لا يسعى لرصد هذه المبادئ، إنما هو تطبيقها على تصميم الصحف الإلكترونية:

أولاً: التوازن

التوازن هو الإحساس بتوازن وتساوي عناصر التصميم، ويقصد بالتوازن عدم إقبال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد، ويأخذ عادة التوازن أحد ثلاثة أشكال هي: التوازن التماثلي، والتوازن اللاتماثلي، والتوازن الإشعاعي، وهي كما يلي: (محسب، 2008، 289-291)

1. التوازن التماثلي:

يسمى التوازن التماثلي بالتوازن الشكلي، وينتج هذا النوع من خلال تقسيم الصفحة إلى أجزاء متساوية (أنصاف، أرباع، ثمان)، ويأخذ هذا النوع ثلاثة أشكال هي:

☒ التماثل الرأسى: ويتم عندما تقسم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما من الناحية اليمنى، والآخر في الناحية اليسرى.

☒ التماثل الأفقى: ويتم عند تقسيم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما في القسم العلوي من الصفحة، والآخر في القسم السفلي.

☒ التماثل الأفقى الرأسى: ويتم في هذا النوع تقسيم الصفحة أربعة أقسام متساوية، ويضم التوازن التماثلي بداخله التوازن التقريبي الذي يكون متساوي الأجزاء بالتقريب، فالأشكال مرتبة حول خط الارتكاز في الصفحة.

2. التوازن اللاتماثلي:

ينتج التوازن اللاتماثلي عن طريق تقسيم الصفحة إلى أجزاء غير متساوية، وذلك من خلال وضع صورة كبيرة متجاورة مع مجموعة من الصور الصغيرة، ويفيد التوازن اللاتماثلي المصمم في ترتيب عناصر الصفحة، ويمكن من خلال هذا المبدأ أن يخلق المصمم الإحساس بالحركة والتوتر والفرح والإثارة والغضب.

3. التوازن الإشعاعي:

يقصد بالتوازن الإشعاعي أن هناك نقطة مركزية عوضاً عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي، وهذه النقطة المركزية هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها لعناصر البنائية نقطة انطلاق تدور حولها من زاوية، ومن زاوية أخرى تعد هذه النقطة بمثابة نقطة جذب ينجذب بصر القارئ أو المشاهد إليها، ثم ينطلق منها حول بقية العناصر البنائية، ويشبه التوازن الإشعاعي حركة الإلكترونات حول النواة، كما أن حركة الاتزان الإشعاعي لا تقتصر على الحركة الدائرية، بل يمكن أن تأخذ شكل الحركة اللولبية، وفي الحركة اللولبية يكون هناك أكثر من نقطة مركزية يدور حولها البصر.

ثانياً: الوحدة:

وتعني العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة، حيث تعطي الوحدة الإحساس بالانسجام، من خلال تنظيمها بين تلك العناصر، فالصور والنصوص المتجاورة تساعد في تفسير الرسالة وفهمها، وتقسم الوحدة إلى نوعين: (تريان، 2008، 208-209)

☒ النوع الأول: وحدة الموضوع: ويقصد بها كالم موضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات، وذلك من خلال تمييزه بسمة معينة قد تكون نوع الخط أو الشكل الذي يحتويه، كأن يكون شكلاً مربعاً، أو مستطيلاً، أو لوناً نصوصه، أو أن تكون أوضاعه مختلفة عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة.

☒ النوع الثاني: وحدة الصفحة: ويقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال إيجاد وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية بعضها ببعض بحيث إن وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة، ولكنها تؤكد عليها، فيمكن أن تكون هناك وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوعات مثل: حجم الخط أو نوعه، وفي نفس الوقت يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييز بلون معين.

ثالثاً: الحركة:

يقصد بالحركة الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب -بصفة عامة- مراعاة مجموعة من الاعتبارات منها، ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط، وضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة، وضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة، وترتيب الأحجام من الأكبر إلى الأصغر، وبشكل عام فإن الحركة في التصميم لها مجموعة من الخصائص: (محاسب، 2007، 295-297)

ⓧ الاتجاه: يأخذ اتجاه حركة العين على الصفحة أحد ثلاثة أشكال: من اليمين إلى اليسار أو العكس، والاتجاه الثاني من أعلى إلى أسفل أو العكس، والاتجاه الثالث، من الأمام إلى الخلف أو العكس.

ⓧ المعدل: ويقصد بمعدل الحركة سرعة أو بطء حركة العين في إدراكها للأشكال، ويقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع: حركة سريعة، حيث تحدث هذه الحركة عند الانتقال من صورة إلى أخرى، أو من عنوان موضوع إلى عنوان موضوع آخر، والنوع الثاني، حركة متوسطة، وتحدث عند الانتقال من سطر إلى آخر، أو من عمود إلى آخر، والنوع الثالث من أنواع المعدل في الحركة هو حركة بطيئة تحدث عند الانتقال من حرف إلى آخر، ومن كلمة إلى أخرى، أو من أحد تفصيلات الصورة إلى غيرها من التفصيلات نفس الصورة.

ⓧ النوع: ويقصد بنوع الحركة الطريقة التي تسلكها العين في إدراكها للأشكال المصفوفة على الصفحة، وتأخذ هذه الأشكال: حركة مرسومة طويلاً، تحدث عند تحريك العين لقراءة سطر معين مكتوب بطريقة أفقية، والشكل الثاني هو حركة بندولية، تشبه هذه الحركة حركة بندول الساعة، أي تتأرجح من اليمين إلى اليسار ثم العكس، مثلما يحدث في الانتقال من موضوع إلى آخر، أو صورة إلى أخرى، والشكل الثالث هو حركة دائرية، تحدث الحركة الدائرية عند وضع بعض العناصر البنائية الثقيلة التي تتمتع بجذب بصري

مثل الصورة والعناوين بشكل دائري على أطراف الصفحة، فتقوم العين بالمرور على هذه الصور بشكل دائري.

رابعاً: التباين:

يعرف التباين بأنه التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة مثل التبادل بين الإضاءة والإظلام، والنعومة والخشونة، والدفع والبرودة، والكبر والصغر، كما يعرف بأنه تجنب تواجد العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة متجاورة لبعضها البعض، ويساعد التباين في تنسيق المعلومات في الصفحة، فالتباين بين العناوين والمقدمات والعناوين الفرعية والنصوص يساعد عين القارئ في انسيابية الرؤية موضحا المسالك التي يمكن أن تتوجه إليها لعين عبر النص، ويأخذ التباين مجموعة من الأشكال منها: (محسب، 2007، 297-300)

☒ التباين بين الشكل والأرضية:

يحدث التباين بين الشكل والأرضية نتيجة انخفاض وارتفاع الطاقة البصرية، فعندما تنخفض الطاقة البصرية يكون الجزء المرئي أرضية، وعندما ترتفع يكون الجزء المرئي شكلاً، وهذا يؤكد أن للأرضية هيئة سالبة، كما أن للشكل هيئة موجبة، ويقوم التباين بينهما بشكل توفيقى ليجعل منهما شيئاً واحداً تدركه العين.

☒ التباين بين الأحجام:

يحدث التباين بين الأحجام عن طريق تباين العناصر من نفس النوع مثل: تباين الصور الصغيرة والكبيرة، وتباين الحروف الكبيرة والصغيرة، والتباين بين المساحات الكبيرة والصغيرة.

☒ التباين بين القيم:

هو التباين النسبي بين الإضاءة والإظلام.

☒ تباين الألوان:

يتدرج التباين بين الألوان بدءاً من التباين الكامل والتباين المتوسط والضعيف، وهم: التباين الكامل (التناقض) يحدث هذا التباين بين الألوان المتقابلة في عجلة الألوان، والتي يطلق عليها بالألوان المتممة، والنوع الثاني هو التباين الضعيف، ويحدث بين الألوان التماثلية، وهي الألوان التي لها كُنه مشتركة.

☒ تباين الأشكال:

يتحقق تباين الأشكال من خلال طريقتين: الأولى عن طريق استخدام الاتجاه مثل الاتجاهات الأفقية والرأسية، والثاني: عن طريق استخدام الأشكال الهندسية مثل المستطيلات والمربعات والدوائر والمستطيلات والأشكال الخماسية والسداسية، والأشكال المنتظمة وشبه المنتظمة والمنحرفة، والأشكال المائلة والمستقيمة

خامساً: المحاذاة:

يشير مصطلح المحاذاة إلى الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة، وتنقسم المحاذاة إلى نوعين هما: (محسب، 2007، 301-302)

☒ المحاذاة الأفقية:

تشمل محاذاة النصوص ناحية اليمين أو اليسار أو الوسط أو الضبط، ولكل نوع من هذه الأنواع الأربعة مزاياه وعيوبه.

✧ المحاذاة الرأسية:

على غرار ضبط النصوص والأشكال المرئية بالاتجاه الأفقي تلجأ الصحف أيضاً إلى الاتجاه الرأسي في تقديم بعض أشكالها المرئية.

سادساً: التناسب:

إذا كانت النسبة هي العلاقة بين شيئين أو عنصرين، فإن التناسب هو علاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر، كما يشير التناسب إلى تناسب الأحجام من زاوية، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من زاوية أخرى، ويأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال منها: (محسب، 2007، 303-304)

✧ التناسب في حجم حروف النصوص:

يقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، وقد وضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص وهي زيادة حجم العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين، وزيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن، لتحقيق انسيابية الرؤية.

✧ التناسب في حجم الأعمدة:

يقصد بتناسب حجم الأعمدة ألا يكون هناك عموداً كبيراً للغاية وآخر متناً في الصغر، لأن هذا الإجراء يخل بالهيئة العامة للصفحة، وعليه ينبغي أن يكون حجم الأعمدة متناسباً مع بعضه البعض من زاوية، ومتناسباً مع المواد التي تحتوي عليه من زاوية أخرى.

✧ التناسب في مساحة الصور:

يجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، ويجب أن تتناسب أحجام تلك الصور مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح أن تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جداً، والعكس صحيح أيضاً.

سابعاً: الإيقاع:

وهو تكرار عناصر التصميم، مثل: الخطوط، والأشكال، والألوان والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة، ويرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية، فالإيقاع يتحقق عادة في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون. (تريان، 2008، 210)

سادساً: اعتبارات يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية:

وضعت د. منار محمد أربعة اعتبارات أعدتها قواعد إذا اتبعها المصمم يكون تصميمه على أكمل وجه: (محمد، 2011، 137)

- ❖ لا تطبق التكنولوجيا لمجرد المعرفة بها؛ تقدم تقنيات الويب عدة خيارات وأوات لبناء المواقع، ولا يعد توفر التكنولوجيا والقدرة على تطبيقها مبرراً لاستخدامها.
- ❖ عدم الاعتقاد بأن هناك مسلمات في التصميم؛ فما يصلح لموقع ما قد لا يصلح لموقع آخر، وما لا يصلح لموقع ما قد يفيد في موقع آخر غيره.
- ❖ المستخدم هو الحكم النهائي لقرارات التصميم؛ فقد يكون هناك كدال بين المصمم ورئيسه حول مدى جدوى بعض ملامح أو عناصر التصميم، معتقداً كل طرف أنه هو المحق، ليس أي من المصمم أو رئيسه أو صاحب الموقع هو صاحب القرار في تنفيذ أمر ما بالموقع أو لا، وإنما القرار النهائي من جانب

المستخدم الذي قد يعجبه أو يصعب عليه فهم جانب ما من الموقع، فالمستخدم هو المستفيد الذي يسعى الموقع إلى إرضائه.

❖ من المستحيل إرضاء جميع المستخدمين: بغض النظر عما إذا كان عددهم قليلاً أو كبيراً، فلكل فرد رأيه الخاص، ولكن على المصمم إرضاء الغالبية العظمى من المستخدمين والوقوف عند حد معين لتطوير الجوانب الوظيفية والجمالية للموقع.

هناك مجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية: (Quintana,2006)

- ❖ الاهتمام الجيد بالمحتوى، والذي يتناسب مع احتياجات الجمهور.
- ❖ الاهتمام بالوسائل المتعددة التفاعلية في طريقة عرض الصحيفة.
- ❖ تنظيم المعلومات بطريقة جيدة وفعالة.
- ❖ عرض المعلومات بأسلوب تتابعي حتى لا يمل المستخدم.

وفي ذات الإطار عرضت بسنت العقباوي لمجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية: (العقباوي،2005، 127-128)

- ❖ فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف.
- ❖ تزويد المحتوى بالأشكال المتعددة من الوسائل.
- ❖ تزويد الصحيفة بروابط مناسبة، وموثوق بها من مصادر أخرى للمعلومات.
- ❖ تزويد الصحيفة بمعلومات افتتاحية عنها.
- ❖ تزويد الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث.
- ❖ استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الأماكن المناسبة لذلك، أو حسب الحاجة إليها.
- ❖ استخدام أشكال متعددة من الوسائل.
- ❖ الانتباه لحجم ملفات الوسائط المتعددة.

❖ تزويد الصحيفة بوسائط متعددة فاعلة، مع إعطاء الحرية الاختيارية في المرور.

❖ تزويد المستخدم بالدخول والاشتراك في الصحيفة.

❖ استخدام تصنيف ثابت.

❖ تصنيف المعلومات.

❖ تبني استخدام أيقونات مألوفة.

❖ إعطاء إشارات واضحة لقوائم الموضوعات والاختيارات المتوفرة.

❖ وضع خريطة عامة لتنظيم المعلومات.

❖ استخدام إشارة توضح تحديث الموضوعات الجديدة.

❖ تزويد الصحيفة بنصوص مقروءة واضحة.

سابعاً: مدارس تصميم الصحف الإلكترونية:

تعددت مداخل تصميم الصحف الإلكترونية، فبعضها ركز على النص بصفته هو الوحدة الأكثر أهمية وهي التي يصل الهدف من خلالها، وبعض هذه المدارس ركز على التصميم المجازي والموضوعي، وبعضها ركز على التصميم المعتمد على المستخدم، والبعض الآخر ركز على مدرسة التصميم غير التقليدي. وقد تحدث د. منار محمد عن مدارس تصميم صفحات الصحف الإلكترونية بشيء من التفصيل كما يلي: (محمد، 2011، 181-184)

• المدرسة الأولى (النص):

تفترض أبسط مدرسة في تصميم الويب أن أكثر عناصر تصميم الصفحة أهمية هو النص، ويفضل المصممون في هذا الأسلوب المضمون على أسلوب العرض، وعادة ما يستخدمون القليل من العناصر الجرافيكية، كما أنهم لا يكزون كثيراً على اختيار اللون أو نوع الحرف، وكان التصميم في هذه المدرسة ذا مظهر كثيب على حد ما، وذلك بسبب حدود لغة HTML والدعم الفقير للغة CSS.

عيوب هذا التصميم وفق هذه المدرسة:

- يعتمد على تقنيات ما زالت غير مدعمة جيداً بالمتصفحات.
- يميل التصميم إلى وجود روابط داخل النصوص غير بنائية، منتشرة داخل المضمون أكثر من شرائط التجول.
- من الصعب تصميم النص جيداً، حيث يجد الكثير من المصممين - خاصة من لديهم خلفيات تبيوغرافية محددة - أنه من الصعب تصميم صفحة ويب كاملة دون الاعتماد على أية مؤثرات جرافيكية.

● المدرسة الثانية (التصميم المجازي والموضوعي):

تتمثل فلسفة هذه المدرسة في جعل صفحات الويب تبدو متشابهة لما تبدو عليه في الواقع، فمثلاً يمكن بناء واجهة موقع عن السيارات على شكل عجلة قيادة، وتميل هذه التصميمات إلى أن تكون مرئية بشكل كبير، ويمتاز هذا النوع بميزتان:

1. يكون الموقع المصمم حسب هذه المدرسة مرئي بشكل كبير، ومرتبطة بالواقع، فعادة يكون سهل التذكر.
2. إن الاعتماد على عناصر بالواقع تجعل الموقع يبدو مألوفاً وسهل الاستخدام.

عيوب هذه المدرسة:

- قد لا يفهم المستخدم التصميم.
- وحتى إذا فهمه قد لا يكون التصميم مفيداً بعد فترة، فالمستخدمون يجدون الواجهات المجازية محدودة كما يجد المستخدمون المنتظمون أن الموقع أصبح مملاً بعد فترة.
- هذا التصميم يميل أن يكون مرئياً بشكل كبير، تكون هذه المواقع عادة أبطأ في التحميل من المواقع الأخرى.

• المدرسة الثالثة: مدرسة التصميم المعتمد على المستخدم:

ترى هذه المدرسة تصميم الويب مثل تطبيقات البرامج التقليدية، وتستخدم تلك المواقع عدداً كبيراً من الأزرار النصية المنظمة عبر أعلى ويسار الشاشة لتبدو تماماً مثل التطبيقات، ومن مزايا هذه المدرسة أن المستخدم يعلم كيف يستخدم البرامج كما يعلم من المتوقع من القوائم والأزرار وغيرها، فهذه المدرسة ثابتة مع ما يعلمه المستخدم، لذا يعد هذا التصميم آمناً للتطبيق ونادراً ما يضايق المستخدم، ويناسب هذا التصميم درجات تخصص المستخدم المختلفة، ويوجد إحساس بالثبات في هذا التصميم، الأمر الذي يعد هو أبرز عيوب تلك المدرسة، حيث لا يترك مساحة للمصمم كما يحد من إمكانيات التصميم في اختيار الألوان أو الأزرار، حتى اختيار نوع الخط في عناصر التجول يكون محدوداً، لذا لا يفيد هذا التصميم المصممين كثيراً.

• المدرسة الرابعة (التصميم غير التقليدي):

تفضل هذه المدرسة الإبداع وعدم التوقع، والعشوائية في التصميم، وعادة ما تعتبر الواجهة فرصة غنية للمصمم لعبع عن مشاعره، وتعد هذه التصميمات أكثر قوة، وكذلك أكثرها خطورة في الاستخدام، حيث يقاوم التصميم غير التقليدي الثبات في يسر الاستخدام، فيتساءل أنصار هذه المدرسة: لماذا تعتمد على ما يعرف الجمهور بالفعل؟ ويرون أنه من الأفضل إعطاؤهم شيئاً جديداً، وبالنسبة لهذه المدرسة المستخدم إلى تعلم واجهات جديدة، وقد يكون المستخدم شغوفاً بالتصميم الجديد، ولكن بمجرد انتهاء هذا الشغف يكون ما يعد جديداً أو غير مألوف ليس بأهمية، وما يعتبر يسير الاستخدام وتبتعد المواقع يسيرة الاستخدام أو المرتبطة بإنجاز المهام عن هذه المدرسة، في حين تستخدمها المواقع التي هدفها الأساسي هو التفاعل مع المستخدم في مستوى عاطفي وفني.

ثامناً: يسر الاستخدام:

إن تحقيق يسر الاستخدام أمر ضروري لمواقع الصحف الالكترونية التي تود أن يعاود مستخدميها الرجوع إليها مراراً، ويتوجه يسر الاستخدام نوح العلاقة بين الأدوات ومستخدميها، فلكي تكون الأداة فعالة، يجب أن تسمح لمستخدميها بتنفيذ مهامهم بأفضل طريقة ممكنة، وتطبق القاعدة نفسها على الحاسبات والمواقع الالكترونية وأي برنامج آخر، فلكي تعمل هذه الأنظمة يجب أن يتمكن المستخدم من توظيفها بكفاءة.

ويمكن تبسيط مفهوم يسر الاستخدام لينحصر في سهولة الاستخدام لكن لا يوضح هذا التعريف المختزل متطلبات المستخدم، ولا يصيغ أهداف يسر الاستخدام، ولا يحدد الأساليب أفضل لتقويم يسر الاستخدام، وتعرف "الأيزو ISO" يسر الاستخدام بأنه إلى أي مدى يمكن أن يستخدم مستخدمون محددون منتجاً معيناً لتنفيذ مهام محددة بفاعلية وكفاءة ورضا في سياق محدد.

ويمكن فهم مصطلح يسر الاستخدام من خلال المعاني التالية:
(محمد، 2011، 208-209)

- يسر الاستخدام يعني التفكير في كيف ولماذا يستخدم الفرد المنتج.
- يسر الاستخدام يعني التقويم: الذي يعتد على رجوع صدى المستخدم خلال تقويم أكثر من اعتماده على خبرة المصمم وممارسته.
- يسر الاستخدام يعني أكثر من مجرد سهولة الاستخدام: تعكس مفاهيم الكفاءة الفعالة والاندماج والقدرة على تحمل الأخطاء وسهولة التعلم.
- يسر الاستخدام يعني التصميم المركّز على المستخدم: يكون المستخدم راضياً عندما يركّز تصميم الواجهة عليه، فيجد أهدافه، وقدراته العقلية ومهامه ومتطلباته قد قابلها التصميم.

- القدرة على التعلم: أي ما مدى سهولة تنفيذ المستخدم لمهام أساسية عند تعرضه للتصميم للمرة الأولى؟
- الفعالية: بمجرد أن يتعلم المستخدم التصميم، ما مدى سرعته في تنفيذ المهام؟
- النفع والكفاءة: أي درجة مقابلة الموقع لتوقعات المستخدم، وما يمكنه من إنجاز أعماله، وتحقيق أهدافه.
- القدرة على التذكر: عند عودة المستخدم مرة أخرى إلى الموقع بعد فترة من استخدامه، فما مدى سهولة استعادة براعته في التعامل مع الموقع؟
- الأخطاء: ما عدد الأخطاء التي يقع فيها المستخدم، وما عواقبها، وهل يعالجها المستخدم بسهولة؟
- الرضا: إلى أي مدى يسعد المستخدم باستعمال الموقع ويستحسن محتواه؟

تاسعاً: تصميم صفحة البداية (Home Page):

يرتبط مصطلح صفحة الاستقبال مع كثير من المصطلحات الأخرى مثل "واجهة التفاعل مع المستخدم" و "واجهة التفاعل المنطقية مع المستخدم" الخ، لذلك يمكن التساؤل: ما المقصود بصفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم؟

صفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم والتي تسمى أيضاً "واجهة تفاعل الكمبيوتر مع المستخدم" تمثل الحدود بين المستخدم (القارئ) ونظام الكمبيوتر حيث يتفاعل المستخدم سواء كان شخصاً أو مجموعة أشخاص مع الكمبيوتر بشقيه الآلة والصحيفة، ويتم هذا التفاعل من خلال قناة اتصال.

وتنقسم واجهة التفاعل أو الاستقبال إلى شقين، شق منطقي وشق آخر محسوس، يتعلق الشق المنطقي بالمنطق الذي يتفاعل بها الصحيفة مع المستخدم، ويتعلق الشق المحسوس بكل ما يرى أو يسمع أثناء التفاعل مع الصحيفة من خلال

الكمبيوتر، ويؤثر التصميم البصري لصفحة الاستقبال على انطباع القارئ نحو الصحيفة، ومدى فهمه له ورغبته في استخدامه، ويشمل التصميم البصري جميع العناصر المرئية في واجهة التفاعل مثل تنظيم الشاشة، وعرض المعلومات وتقديم المساعدات المرئية.

وقد ركزت كثير من البحوث والدراسات على تصميم الشاشات ووضعت لذلك عدة مبادئ مثل الانسجام، البساطة، التشديد، التباين، الثبات، الوضوح، البنية، وراحة المستخدم في تفاعله مع الصحيفة. (العقباوي، 2010، 222-223)

ولا يخفى على أحد أن صفحة البداية كما يطلق عليها أحياناً هي بمثابة واجهة الموقع، لذلك يجب الاهتمام بتصميم هذا الصفحات بشكل متميز يجذب انتباه المستخدمين، من خلال استخدام عناصر، وأشكال الوسائط المتعددة، ووسائل متعددة لتدعيم إمكانيات التفاعلية في استخدام الوثيقة، مع مراعاة التصميم وبساطته، وبناء على ذلك فإنه لا بد من توافر مجموعة من المكونات تتسم بالثبات تقريباً وبضرورة وجودها، ومنها: (محمد، 2011، 179-181)

1. كتلة المحتوى: لا بد أن تحتوي كل صفحة على كتلة حاوية للمحتوى والتي هي جسم الصفحة، ويدون هذه الحاوية لن يكون هناك مكان لوضع عناصر الصفحة، ويمكن أن يكون اتساع الحاوية مرناً أي يمكن أن يتسع ليناسب اتساع نافذة المتصفح أو ثابتاً أي يظل اتساع المضمون بنفس الاتساع بغض النظر عن حجم النافذة.
2. الشعار: حيث تقع اللافتة أعلى الصفحة، وتشمل شعار الموقع أقصى اليسار أو اليمين في حين يوضع صندوق البحث باليمين أو باليسار أو تحت الشعار مباشرة، وأصبحت اللافتات صغيرة الحجم لتزيد من المساحات المخصصة لعرض المضمون، ويعد وسيلة تمكين المستخدم من معرفة أنه يطالع صفحات من نفس الموقع.

3. التجول: إنه من الضروري أن يكون نظام التجول بالموقع سهلاً إيجاده واستخدامه، فيتوقع المستخدم أن يجد التجول بيمين وأعلى الصفحة، وسواء اختار المصمم أن يضع القوائم رأسياً بجانب الصفحة أو أفقياً بطول الصفحة، فعليه أن يضع نظام التجول أعلى التصميم على قدر المستطاع.

4. المضمون: يعد هذا العنصر الرئيسي بالموقع، ويسميه بعض المصممين بالملك، فيدخل المستخدم الموقع ويتركه في غضون ثوان، فإذا لم يجد المستخدم غايته فمن المؤكد أنه سيغلق نافذة المتصفح أو ينتقل إلى موقع آخر، من الضروري وضع المضمون الرئيسي بالمركز البصري للتصميم لكي لا يضيع المستخدم وقتاً في البحث عن المعلومات المطلوبة بمسح الصفحة كلها.

5. ذيل الصفحة: ويوجد أسفل الصفحة ويحتوي على الحقوق الفكرية للموقع، ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط القليلة للأقسام المهمة بالموقع، ويجب على ذي الصفحة مساعدة المستخدم في تمييز نهاية المضمون (الصفحة) عن نهاية نافذة المتصفح.

6. البياض: يشير البياض بالتصميم الجرافيكي إلى أي مساحة غير مغطاة بحروف أو مواد مصورة، بالرغم من أن المصممين المبتدئين والعملاء يرغبون في ملء كل بوصة بالتصميم بالحروف أو الصور أو الجداول، إلا أن توفير قدر من البياض على الصفحة يعد أمراً مهماً يمثل أهمية توفير المضمون. فبدون التخطيط الجيد لاستخدام البياض تبدو الصفحة مزدحمة وكأن المستخدم أسيرها فيجعل البياض الصفحة تتنفس بإرشاد عين المستخدم عبر الصفحة، كما يساعد في تحقيق التوازن والوحدة بالتصميم.

عاشراً: نماذج تصميم صفحة البداية للصحيفة الإلكترونية:

تستخدم بعض التصميمات بكثرة في مواقع الويب، وبالرغم ممن الاختلافات اللانهائية التي يمكن تقديمها في الإخراج، إلا أن أغلبها يميل إلى النماذج التي سنتعرض لها أحد هذه النماذج بصورة أو بأخرى: (محمد، 2011،

1. نموذج T.L.B: هو باختصار Top, Left, Bottom أو Top, Left, Bckup,

ويعتبر هذا التصميم من أشهر أساليب التصميم المستخدمة الآن، ففيه يستخدم عادة أعلى الصفحة لمعلومات عن العلامة التجارية والتجول الأساسي. ما الجانب الأيسر من الصفحة فيحتوي عادة على عناصر التجول الثانوية، وإذا كان الموقع صغيراً سيحتوي الجانب الأيسر على التجول الأساسي، بينما يقتصر أعلى الصفحة على معلومات العلامة التجارية، ولكن ما زال يقسم الصمم الإخراج أسفل رأس الصفحة إلى عمود ضيق باليسار يبلغ ثلث اتساع الصفحة أو أقل، وعمود أعرض باليمين، ويعد هذا التصميم مناسباً لأي موقع، ولكن يعيبه افتقاد المواقع التي تطبقه إلى الإبداع، فقط طبق مرات كثيرة، مما يجعله متشابهاً في كل المواقع التي تستخدمه. قد تختلف الاختيارات الموجودة بالجانب الأيسر وفقاً لنقر المستخدم خلال الأقسام الرئيسية، وهو في ذلك يشبه التصميم المركز على المستخدم، حيث يختار المستخدم القوائم التي تسدل لأسفل مقدمة مزيداً من التيارات، والفرق الوحيد هنا هو مكان القائمة الذي يوجد دائماً في يسار الشاشة، أما أسفل الشاشة فتحتله الروابط النصية التكميلية مثل حقوق النشر، ومعلومات الاتصال. ومن منظور يسر الاستخدام، يعد العيب الرئيسي لهذا التصميم هو شغل جزء من يسار الشاشة، كان من الممكن تخصيصه للنص، وأحياناً يضطر المستخدم القفز عبر التجول للوصول إلى النص، كما أنه يركز على التجول أكثر من النص، وقد لا يوفر فرصة للتصميم مثلما توفر التصميمات الأخرى. وتصف بعض الأدبيات هذا النموذج بحراً أو حرف لاً المقلوب، والذي يستخدم كثيراً في المواقع خاصة الإخبارية والتي تحتاج كمية كبيرة من عناصر التجول ليستطيع المستخدم رؤية المتاح له على الموقع.

2. أعلى وأسفل الصفحة: يوفر هذا التصميم تجولاً أعلى وأسفل الصفحة مع

استخدام عرض الصفحة للنص، ويناسب هذا التصميم المواقع المعتمدة على النصوص، حيث لا تقلص مساحة النصوص لصالح التجول، وتخصص عادة

أعلى الصفحة للعلامة التجارية والتجول الجرافيكي وعناوين الصفحة، بينما تستخدم أسفل الشاشة في إعادة الروابط النصية لتوفر روابط تكميلية خاصة إذا اختفت عناصر التجول بأعلى الصفحة عند تحريكها. والبعض يرى أن هذا التصميم يستخدم في المواقع التي لديها الكثير من المضمون لكن لدى محدود، فإذا لم يكن الموقع نقاط تركيز محددة أو يقدم خدمات واسعة النطاق، يفضل وضع المضمون وسط الشاشة مع وضع عناصر التجول الإضافية (الثانوية) على الجانبين مكونة شكل حرف T، وتستخدم عادة عناصر التجول بيسار الصفحة للتجول داخل الموقع، وإذا كانت الصفحة تحتاج التحريك تتكرر عادة عناصر التجول مشكلة حرف I.

3. عمود التجول الأيمن: قد تضع التجول الرئيسي بالجانب الأيمن، وإذا كان من الصعب أن نجد مواقع تستخدم هذا الأسلوب، إلا أنه من الشائع استخدامه للتجول الثانوي، للإعلانات، أو المضامين الفرعية، وحيث تمسح عين المستخدم بالثقافة الغربية من اليسار إلى اليمين، يصبح المضمون الرئيسي أو عنصر يراه المستخدم. وبالرغم من ذلك فإن الدراسات لم تقدم تفسيراً لميل المصممين إلى وضع المضمون الرئيس باليمين، أي إتباع صيغة عمود التجول الأيسر. وإذا أراد المصمم أن يتبع إخراجاً جديداً متميزاً عن باقي المواقع - لكن في نفس الوقت متسقاً مع القواعد وميول المستخدمين - فعليه استخدام صيغة عمود التجول الأيمن.

4. إخراج يعتمد على ثلاثة أعمدة: يرى المصممون أن أفضل طريقة لوضع أكبر كمية من المضمون، والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة هو تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أعمدة: يخصص العمود الأيسر منها للتجول، والعمود الأوسط للمضمون في حين يخصص العمود الأيمن للملاحق، وتظهر أهمية البياض في هذا التصميم لمنع ازدحام الصفحة، وتستخدم عادة المواقع هذا النوع بالصفحة الرئيسية فقط مع توفير قدر مناسب من البياض يسهل حركة العين.

« الفصل السادس »

**تحديات تواجه
الصحافة الإلكترونية
وسبل النهوض بها**

الفصل السادس

تحديات تواجه الصحافة الإلكترونية وسبل النهوض بها

بالرغم من أن الصحافة الإلكترونية شكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بشورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتمتلك العديد من الخصائص والميزات التي تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام المختلفة إلا أنها كذلك تواجه الكثير من التحديات والمصاعب.

أولاً: معوقات وتحديات

1. ضعف الموارد المادية للمواقع الإخبارية الصحفية وبالأخص المستقلة والتي ترغب في المنافسة ولا تجد المال الكافي من أجل القدرة التشغيلية، إضافة إلى أن الشركات التجارية من القطاع الخاص عموماً لم يؤمن بعد بإمكانية الإعلان على المواقع الإخبارية وأن فعلت بعض الجهات ذلك فإنها تدفع مبالغ ضئيلة لإعلانات تظل فترة طويلة في الموقع المعين وأحياناً يكون تصميمها ثقيلاً وتؤثر على تصفح الموقع وإذا ما تمت مقارنة قيمة الإعلان في أي موقع ولنقل أنه \$2000 لمدة عام في الموقع الإخباري فإن نفس المعلن يمكنه أن يدفع نفس المبلغ بطيب خاطر مقابل إعلان صفحة واحدة ملونة أو ريبورتاج إعلاني أو (مجاملة) بتعزية أو تهنئة لمسئول ما في الدولة وليوم واحد فقط قبل أن تذهب الصحيفة.
2. غياب الأنظمة المنظمة للعمل، وكذلك ضعف الرقابة؛ وفي هذا السياق، تبرز أيضاً قضية التشريعات الصحافية التي تتحكم في عمل في الصحافة الإلكترونية، وحاضراً ما زالت معظم الدول العربية تطبق قوانين المطبوعات الورقية على المواقع الإلكترونية، وثمة من يرى أن اتساع ساحة النشر والتوزيع إلكترونياً، يخلق حاجة لتشريعات مختلفة نوعياً بصدها.
3. المنافسة الشديدة على الانترنت ويزود دور المواقع الإعلامية الشخصية أو الشعبية، ومواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشعبي، تشكل المنتديات الإخبارية والسياسية بيئة هامة للمنافسة، خاصة التي تتمتع بشهرة واسعة

وكبيرة. أما على المستوى الفردي، فهناك المدونات الشخصية، التي يصل عدد زوار بعضها في اليوم الواحد، إلى أكثر من 250 ألف. كالمدونات المشهورة، وبعض المواقع الشخصية الناجحة.

4. غياب التخطيط نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية لها.
5. عدم توافر الإمكانيات التقنية في الدول النامية والفقيرة.
6. كثرة وتعدد المهارات التي يحتاجها الصحفي والقارئ، إلى جانب كثرة الأعباء التي تقع على عاتق الصحفي الإلكتروني.
7. تحديث البرامج التعليمية والإعداد: فقد فرضت تحديات الصحافة الإلكترونية نفسها على المؤسسات التعليمية والبحثية المختلفة، حيث عملت هذه الهيئات المؤسسات البحثية والتعليمية تطويع برامجها ومناهجها المتعلقة بالصحافة عموماً وإدخال برامج ومناهج مستحدثة استجابة للتغيير الكبير الذي أحدثته الصحافة الإلكترونية وأسلوبها في العمل، فظهرت في المجتمع الأكاديمي التعليمي مناهج دراسية عديدة متخصصة في الصحافة الإلكترونية، تجسد تحولاً كبيراً في الفكر التعليمي وفي المهارات التي يفترض أن يحصل عليها دارسو الصحافة بهذه المعاهد والكليات، حتى أصبحت المناهج والدورات التدريبية خليطاً مما يدرسه طالب الإعلام والصحافة وطالب الهندسة وطالب الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات والبرمجيات.
8. لعل التحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية - كما يقول د. محمود خليل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة - هو أنها غير معترف بها من قبل الدولة مما يجعلها في موقع لا محل له من الإعراب بالنسبة للقوانين والتشريعات بفقد الهوية القانونية داخل المؤسسات التي يتعامل معها، كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها أيضاً بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لغلق موقعها الصحفي ومداهمته ومصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن المتلقي.

ثانياً: سبل النهوض بالصحافة الالكترونية

1. إجراء تعديلات على القانون الخاص بالنشر والمطبوعات في الدول المهتمة بالصحافة الالكترونية.
2. ضمان تعديل بنود حماية الرأي والتعبير وحرية النشر والحصول على المعلومات وحرية مناقشة أمور وقضايا حكومية ورسمية وحرية المعارضة.
3. بناء هيئات تحريرية كاملة متكاملة قادرة مثقفة متعلمة ليكون المدير القائد وليس القائد المدير، لتعمل الهيئة كاملة وبشكل جماعي والبعد عن الفردية في اتخاذ القرارات حول الأخبار وعدم بروز رئيس التحرير بمقام الأمر النهائي.
4. ترسيخ مبدأ سيادة القانون من خلال دور مؤسسات المجتمع المدني بشكل خاص.
5. حرية التفكير والتعبير الذي يعتبر جزءاً من نظام الحكم الديمقراطي.
6. احترام وتقدير الصحفي والإعلامي فالإنسان أو الفرد من أهم مميزات الحكم الديمقراطي والمحافظة على حريته وحقوقه فإذا حصل الصحفي على جو ديمقراطي سيعمل من خلال الصحافة على تعزيز الديمقراطية في مجتمعه وإلا فلن تعزز الصحافة الديمقراطية بل ستهدم ما تبقى منها.
7. إذا وفرت حرية الرأي والتعبير تطبق الديمقراطية فتكون الصحافة نفسها تطبيقاً وتعزيزاً للديمقراطية فحرية الرأي من الحريات الأساسية التي لا يقوم للديمقراطية قائمة دونها.
8. الإقرار بحرية اعتناق معتقدات سياسية وأفكار يريدونها دون قيد أو منع والحق في الوصول إلى المعلومات والحق في نشرها وبالتالي إعطاء الحق الكامل للأفراد في الحصول على المعلومات بمختلف أنواعها ومن هنا يتبلور الرأي العام الشعبي في قضية ما.
9. تحسين ظروف عمل الصحفيين.
10. إنشاء محاكم خاصة للاختراقات والأخطاء الصحافية وعدم عرض الصحافيين في محاكم المجرمين.

المراجع باللغة العربية والأجنبية

المراجع باللغة العربية:

1. أبو اصبغ، صالح خليل (1995) الاتصال والإعلام في الدول المعاصرة، عمان، آرام للدراسات والنشر والتوزيع.
2. الموسوي، محمد جاسم فلهي، اتجاهات إعلامية معاصرة، مقرر الفصل الأول/ مرحلة الماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك.
3. راشد، إبراهيم (1999) التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير (منشورة) جامعة ويلز، كليات كارديف.
4. صبري، أمينة (2010) إطلالة على مستقبل نظم الاتصال، مجلة الفن الإذاعي، العدد 198، أبريل.
5. طلال ناصر أحمد العزاوي، اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك/ كلية الآداب والتربية - قسم الإعلام والاتصال، 2011
6. صادق، عباس مصطفى، (2005) التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، جامعة الشارقة.
7. جابر، جاسم محمد الشيخ (2009) الصحافة الالكترونية العربية - المعايير الفنية والمهنية، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، جامعة البحرين.
8. معراوي، فايز (2000) إنترنت سوريا، مجلة إنترنت العالم العربي، العدد 12، السنة الثالثة.
9. هاشم، زاهر (2007) المواقع الإخبارية السورية.. واقع وتحديات، تاريخ الدخول للموقع 16/7/2011 الساعة 19:30 (متاح) على الرابط:
<http://www.shabablek.com/vb/t49562/?pagenumber>
10. الدناني، عبد الملك ردمان (2000) الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، صنعاء، مركز عبادي للدراسات والنشر.

11. موقع أريبيان بزنس، مقال: 2.3 مليون عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية في الأردن، تاريخ الدخول للموقع 1/7/2011 الساعة 19:00 (متاح) على الرابط:

<http://www.arabianbusiness.com/arabic/605941#continueArticle>

12. الرحباني، عبير شفيق (2009) استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن، رسالة ماجستير (منشورة) الأردن، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

13. أبو شمرة، توفيق، أسباب تألق وانطفاء المواقع الصحفية الإلكترونية بسرعة، تاريخ الدخول للموقع 28/2/2011 الساعة 22:35 (متاح) على الرابط:

في www.informatics.gov.sa/magazin2005/7/26

14. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، السحاب للنشر والتوزيع.

15. جمال غيطاس، الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين...

16. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011) الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

17. غريب، سعيد (2001) الصحيفة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 12.

18. غازي، خالد محمد، (2009) الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، أطروحة دكتوراه (منشورة) كلية الإعلام، جامعة phu الأمريكية.

19. خليل، محمود (1997) الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.

20. شريف، أسامة محمود (2000) مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، عمان، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب.

21. حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني، حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر.

22. هيئة تحرير راديو عمان نت، أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية...

23. محمد فضلى، الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، بدون طبعة (القاهرة، بدون دار نشر، 2005).

24. أحمد كُردي، كيف أصبح صحفياً إلكترونياً، مقال منشور، بوابة كنانة، الموقع الإلكتروني:

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/135120>

25. زيد سليمان، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009).

26. لأمية جودي، الصحافة الإلكترونية.. ثورة في مدلولها بداية النهاية لوسائل الإعلام الكلاسيكية، دراسة منشورة، الموقع الإلكتروني للإذاعة الجزائرية <http://www.radioalgerie.dz/ar/>، تم زيارة الموقع يوم الأحد بتاريخ 25-3-2012.

27. شغيب الغباشي، بحوث الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: عالم الكتب، 2010).

28. عبد الرازق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (عمان: دار وائل للنشر، 2011).

29. أحمد عبد الهادي، مستقبل الصحافة التقليدية مقابل الإلكترونية، المؤتمر العالمي للصحف...

30. ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، الطبعة الأولى (القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع، 2004).

31. محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، الطبعة الثانية (بدون مدينة: بدون دار نشر، 2009).
32. محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات، بدون طبعة (القاهرة: مطابع الأهرام، 2000).
33. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، بحث منشور، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، 2010.
34. أمل خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، الطبعة الأولى (القاهرة: دار العالم العربي، 2010).
35. جمال غيطاس، نظم معلومات التحرير العمود الفقري لصالة تحرير المستقبل، مقال منشور، موقع جريدة الأهرام على شبكة الإنترنت <http://digital.ahram.org.eg>، تاريخ النشر أكتوبر 2009، تاريخ زيارة الموقع 20 نوفمبر 2011.
36. إبراهيم راشد، التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى (بدون مدينة: مؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر والتوزيع، 1999).
37. ماجد تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008).
38. عباس حسن، الصحفي الإلكتروني، الطبعة الأولى (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011).
39. محرز غالي، صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وتحديات المستقبل، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008).
40. ماجد تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، الطبعة الأولى (غزة: مكتبة الجزيرة، 2008).
41. عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية فنون التحرير الصحفي على الإنترنت، الطبعة الأولى (طنطا: دار البشير للثقافة والعلوم، 2008).

42. حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، الطبعة الأولى (العين: دار الكتاب الجامعي، 2003).
43. د. حسني محمد نصر. الانترنت والإعلام - الصحافة الالكترونية - مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. الكويت 2003.
44. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، الطبعة الخامسة (القاهرة: عالم الكتب، 1996).
45. جواد الدلو، فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية، الطبعة الأولى (غزة: دار البشير للطباعة والنشر والتوزيع، 1995).
46. فارس حسن شكر المهداوي صحافة الانترنت دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية العربية. نت نموذجاً، رسالة ماجستير 2007.
47. صابر فلاحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، دار علاء الدين، 1999.
48. فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دبي، دار الحكمة، 2003.
49. صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال 22 نوفمبر 2005 ص3
50. عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر 2003.
51. سعود صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق، جدة 2003 ص53
52. الشمعة، خلدون، تشرين الثاني، 1978: الماكلوهانية، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الإنماء العربي، بيروت)، السنة الأولى، العدد السادس.
53. العبد الله. مي. 2005، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة. نموذج جريدة النهار. مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة.

54. السيد محمود، محمد، 2005. صيانة المحتوى المعلوماتي. تجربة موقع الجزيرة نت. جامعة الشارقة. كلية الاتصال. الإمارات العربية المتحدة.
55. حسانة محي الدين؛ 2001، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الإمكانيات، الفوائد والتحديات. العربية 3000، العدد 3.
56. حنش، إدهام محمد، مايس 2005، مجلة الانترنت الثقافية (الزرقاء). أنموذجا، مجلة الزرقاء، العراق، الموصل.
57. أقبیق، طریف. 1996م، طريق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء: شبكة إنترنت: دار الإيمان - دمشق.
58. إسماعيل، محمود حسن، 1998، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
59. العنزي، صالح زيد صالح، 2007، إخراج الصحف الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
60. عصام موسى، 2004، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت.
61. عبد الله، فايز، 2002، ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت.
62. محمد منير حجاب، الحرب النفسية. جامعة جنوب الوادي. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة 2005
63. أبو العطا، مجدي محمد، المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت، الطبعة الأولى، المكتبة العربية لعلوم الحاسب، القاهرة 2000.
64. العربي، عثمان محمد، الإنترنت: الانتشار والاستخدام، دار المجد، تونس 2002.
65. إندرداهل، برايان إندرداهل، الإنترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
66. نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر 2001.
67. عبد الرحيم الصابوني. تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الإنترنت). - دمشق: 1996م.

68. بشار عباس . دليل الانترنت. - مجلة المعلوماتي. - ع 46 لبنان (1996م).
69. محمد جلال سيد غندور، استخدام التدريسيين للإنترنت، دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة. 1999.
70. علي محمد شمو. التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1998.
71. محمد عارف. تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية. سلسلة محاضرات الإمارات. أبوظبي 1997.
72. بهاء عيسى. شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة إنترنت العالم العربي. نوفمبر 1999.
73. درميح بن محمد الرميح. هل ينجح الواب كما نجح الويب؟ مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقولوجيا. www.khayma.com/madina/wab.htm.
74. د. عباس مصطفى صادق. صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني. الظفرة للطباعة-أبو ظبي. الطبعة الأولى 2003
75. بهاء شاهين . شبكة الإنترنت. - مصر: كمبيوساينس، 1996م.
76. د. نبال إدلبي . قرص متراس متعدد الطبقات. - مجلة المعلوماتي. - ع 47 (1996م).
77. محمد محمد أمان . النشر الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات. - المجلة العربية للمعلومات. - مج 6 ص 23 (1985م).
78. السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
79. أحمد، حس، الكمبيوتر.. ابتكارات مستمرة، مكتبة الأفق، لبنان، 2006
80. عبد الحميد بسيوني ، الوسائط المتعددة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004
81. د. بطرس جرجس حلاق، د. محمد خليل لرفاعي، "إدارة الصحف واقتصادياتها"، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، 2005-2006، ص: 340 وما بعد
82. فيليب ميلر، كتاب الصحيفة الزائلة، الولايات المتحدة، 2005

83. لقاء مكي، المسؤولية الاجتماعية لصحافة الانترنت، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2004
84. عماد بشير، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الانترنت، مجلة المعلوماتية،
85. الدكتور أجقو علي، الصحافة الالكترونية العربية كالأفاق والافاق دار الكتاب الجزائري، الجزائر 2005
86. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات - الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1993، ص 23
87. عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة. عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الانترنت. بيروت: دار الصياد أنترنشيونال 2000.
88. إسماعيل، دانيا، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، جامعة لندن، 2004.
89. مركز المعلومات والدراسات، الصحافة الخليجية على الإنترنت، مؤسسة البيان، دولة الإمارات العربية المتحدة 1 أحمد عبد الهادي، الصحافة الالكترونية والورقية. ندوة نقابة صحفيين المصريين 2004
90. علي الجابري، تقنيات الخبر في الفضائيات العربية (فضائية أبو ظبي نموذجاً)، عمون للدراسات والنشر، عمان، الطبعة الأولى 2066.
91. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية.. مقاربة أولية. مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة، كلية الاتصال 22 نوفمبر 2005.
92. الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي. ندوة مجلة العربي (الكويت)، الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني 21/أبريل 2001
93. فرانك مراميه وآخرون.. الفضاء العربي (الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر) ترجمة فردريك معتوق، بيروت 2004.
94. د. أحمد بدر، الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، القاهرة 2002.

95. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار آرام للطباعة والنشر، 1995.
96. مجد الهاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج، عمان 2001.
97. فاروق أنيس جرار، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الإعلام، عمان 2001.
98. عاطف عدلي العبد، التبادل الإخباري التلفزيوني العربي، دار الفكر، القاهرة 1991.
99. تيسير أبو غزالة، الإعلام العربي - تحديات الحاضر والمستقبل - دار مجدلاوي، عمان 2000.
100. دانيا إسماعيل، دراسة لتطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، كلية جولد سميث، جامعة لندن 2004.
101. محمد السيد سعيد، الإعلام العربي في عصر المعلومات (الاتجاهات والقوى الجديدة في فضاء الإعلام العربي)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي 2006.
102. عمار بكسار، مدير موقع العربية نت، مقابلة خاصة مع الباحث، 25/09/2006.
103. حسن عماد مكاوي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005.

1. <http://www.alhiwar.net/ShowNews.php?Tnd=10169>
2. Source: http://www.ijnet_article/newarticle.arg-trms-htm 33Ko (Consulté le: 04-03-2008)
3. Source:<http://www.eggptiagreens.com/docs/general/index.php?> (accessed 21-03-2008)
4. www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870
5. www.infosys-sy.com/intrrnet1.htm
6. www.al-jazirah.com.sa/evillage/16102002/th647.htm
7. www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=3154
8. NUA,Internet How Many Online
9. www.alriyadh.com.sa/contents/05-10-2003/RiyadhNet/news_2374.php
10. Boynton,R. S.(2000), NEW MEDIA may be old media s Savior, Columbia
11. Journalism Review.p.32
12. Shedden,David(2005)New Media Timeline(1969-2004).Poynter Institute.
13. Kawamoto.K.(2003)Digital Journalism;Emergine Media and the changing.Horizons of Journalism, Oxford; Rowman&Littefield Publishers Inc.32 ص
14. Pavlik,John V. (1997) The Future of Online Journalism Aguide to whos doing what.
15. Kawamoto.K.(2003)Digital Journalism;Emergine Media and the changing.Horizons of Journalism, Oxford; Rowman&Littefield Publishers Inc.
16. Gillmor,Dan(2004)We the media.Grassroots Journalism by the peopple,for the people,O Reilly Media.U.S.A¹
17. www.ekateb.net
18. Brody,Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvey of the electronic media in the middle East..Lowa State University Press.

19. Castells,M.(2001)The Internet Galaxy:Reflections on the Internet,Business,and Society.Oxford University Press.p 193
20. Eveland Jr.,W.and Marton,K and Seo , M.(2004)Moving Beyond" Just the Fact":The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge. Communication Research,, 31(1):82–108.
21. Alexander,A.(2004)Disruptive Technology:Iraq and the Internet in Miller, D(ed.) Tell Me Lies:Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq.Pluto Press. P 132)
22. Lister , M. Dovey , J. Giddings , S. Grant, I. and Kelly, K. (2003) New Media:A Critical Introduction.Routledge.
23. Henrym C. and Springborg, R.(2001)Globalization and the Politics of Development in the Middle East. Cambridge University pess p 298.
24. www.suhuf.net.sa/2001jaz/jul/15/ev4.htm
25. www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html
26. Alt.uno.edu/glossary.html
27. Glossary Of Graphic Design And Web Page Design Terms. Illinois.U.S.A
www.grantasticdesign.com/glossary/html
28. www.websy.com



للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع

الصحافة الإلكترونية الرقمية



Bibliotheca Alexandrina



1241877



9 789957 524777



الأردن - عمان - وسط البلد - ش الملك حسين - مجمع الفحيص التجاري

هاتف : +96264646208 فاكس : +96264646470

الأردن - عمان - مرج الحمام - شارع الكنيسة - مقابل كلية القدس

هاتف : +96265713906 فاكس : +96265713907

جوال : 00962-797950880

info@al-esar.com - www.al-esar.com